



BACHELORARBEIT

Frau
Jennifer Cassel

Hausmann und Karrierefrau?

**Rollenverständnis im Wandel
unter Einfluss digitaler Medien**

2012

BACHELORARBEIT

Hausmann und Karrierefrau?

**Rollenverständnis im Wandel
unter Einfluss digitaler Medien**

Autorin:
Jennifer Cassel

Studiengang:
**Angewandte Medienwirtschaft, Schwerpunkt
TV-Producer/-Journalist**

Seminargruppe:
AM09wT2-B

Erstprüfer:
Prof. Peter Gottschalk

Zweitprüfer:
Carolin Otterbach

Einreichung:

Mittweida, 23.07.2012

BACHELOR THESIS

**House husband and career
woman?**

**The change of gender roles in-
fluenced by digital media**

author:
Jennifer Cassel

course of studies:
Applied Media Economy

seminar group:
AM09wT2-B

first examiner:
Prof. Peter Gottschalk

second examiner:
Carolin Otterbach

submission:
Mittweida, 23.07.2012

Bibliografische Angaben

Nachname, Vorname: Cassel, Jennifer

Thema der Bachelorarbeit: Hausmann und Karrierefrau?

Rollenverständnis im Wandel unter Einfluss digitaler Medien

Topic of thesis: House husband and career woman?

The change of gender roles influenced by digital media

49 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2012

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	VI
1 Einleitung.....	1
2 Das damalige Rollenbild	4
2.1 Die (Haus-)Frau	4
2.1.1 Hausfrau und Mutter	4
2.1.2 Erste Schritte in die Unabhängigkeit	6
2.1.3 Der Beginn der Emanzipation	6
2.1.4 Die Unabhängigkeit.....	9
2.1.5 Die selbstbewusste Frau.....	10
2.2 Der (Karriere-)Mann	12
2.2.1 Der Mann als Familienoberhaupt	12
2.2.2 Die erste Männerbewegung	13
2.2.3 Aufkommende Männerforschung	14
2.2.4 Die Identitätssuche des neuen Mannes	15
2.2.5 Der traditionelle Mann stirbt aus.....	15
2.3 Zusammenfassung.....	17
3 Das heutige Bild von Mann und Frau	18
3.1 Die (Karriere-) Frau?	18
3.2 Der (Haus-) Mann?	23
3.3 Zusammenfassung.....	27
4 Einflussfaktoren	30
4.1 Die Werbung	30
4.1.1 Werbung für den Mann	31
4.1.2 Werbung für die Frau	35
4.2 Das Fernsehen	37
4.3 Deutsche Musiktex te.....	41
5 Fazit.....	46
Literaturverzeichnis	XI
Anlagen.....	XIV
Eigenständigkeitserklärung	XV

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Werbung der 50er Jahre (Quelle: www.wirtschaftswundermuseum.de) ...	5
Abbildung 2: Werbung der 70er Jahre: Astor (Quelle: www.vongestern.com).....	7
Abbildung 3: Werbung der 90er: Langnese (Quelle: www.culture-blog.de).....	11
Abbildung 4: Werbung der 50er Jahre: Männerbild (Quelle: www.wirtschaftswundermuseum.de)	13
Abbildung 5: Grafik: Abiturienten getrennt nach Geschlecht (Quelle: www.mediacultureonline.de)	21
Abbildung 6: Werbung heute: CK for men (Quelle: www.douclass.blogspot.de/)	32
Abbildung 7: Axe for men (Quelle: www.allesevolution.wordpress.com).....	33
Abbildung 8: Hornbach (Quelle: www.bt.static-redmouse.ch)	34
Abbildung 9: Bierwerbung (Quelle: www.ivisuell.de).....	35
Abbildung 10: Werbung heute: Venus (Quelle: www.blog.styleranking.de).....	36

1 Einleitung

Das alte Rollenbild der 50er Jahre kennt vermutlich jeder, wenn auch nicht aus dem eigenen Umfeld, dann doch zumindest aus Film, Werbung, Fernsehen oder Zeitung. Die Stereotypisierung der Hausfrau, die sich um die Kinder und den Haushalt zu kümmern hatte und dem Ehemann, der für Beruf und Karriere zuständig war und somit als Alleinverdiener das Geld nach Hause brachte, sollte daher jedem ein Begriff sein. Aber sind diese stereotypischen Rollenbilder heute immer noch von Bedeutung, und hat das Rollenverständnis in der Gesellschaft einen Wandel erfahren? Ich behaupte, dass die Standardkonstellation, wie sie vor 60 Jahren üblich war, so heute kaum noch vorzufinden ist. Und das bezieht sich nicht nur auf die berufliche Situation der jeweiligen Ehepartner, sondern in erster Linie auch auf das jeweilige Selbstverständnis von Männern und Frauen und das Fremdbild beider Geschlechter dem jeweils anderen Geschlecht gegenüber. Dies unterscheidet sich nämlich ebenfalls wesentlich von dem vor 50-60 Jahren. Während die Frau immer selbstbewusster, selbstbestimmter und eigenständiger wurde und dies auch nach außen zeigte, war der Mann dementsprechend dem Zwang unterbunden, sich der Emanzipation der Frau anzupassen, toleranter zu werden und sich neu zu orientieren und in der Partnerschaft neue Rollen und Aufgaben zu übernehmen, da ihm seine eigentliche Rolle, zu der er erzogen wurde, nach und nach abgesprochen wurde.

Ich werde die Entwicklung des Rollenverständnisses der einzelnen Jahrzehnte ab 1950 beschreiben, um die Entwicklung der gesellschaftlichen Wandlung deutlich zu machen und die Erklärung dafür zu liefern, an welchem Punkt wir uns gesellschaftlich in der heutigen Zeit befinden und wie es dazu kam, dass dieser Stand erreicht wurde. Als „heutige Zeit“ werde ich zusammengefasst den Zeitraum ab der Jahrtausendwende betrachten. Dieser historischen Betrachtung folgt ein Überblick, wie sich Mann und Frau heute sehen. Dabei geht es grundsätzlich um das Verhalten miteinander und untereinander und die Entwicklung des gemeinsamen Umgangs, vor allem aber auch der typischen Verhaltensweisen und allgemein angesehenen typischen Rollenbilder.

Ich stelle hierbei die These auf, dass der Umgang zwischen Mann und Frau wesentlich schwieriger geworden ist und sehr viel mehr Missverständnisse beinhaltet, als es vor 50 Jahren der Fall war. Die Einnahme der passiven Rolle des Mannes, der keinen Einfluss auf die Veränderung der Geschlechterrollen hatte, hat zur Folge, dass der Mann an der Emanzipation der Frau nicht aktiv teilgenommen hat, sodass es ihm unmöglich war, ein neues Selbstverständnis zu erlangen, das kompatibel zur „neuen“ Frau ist. Im Gegensatz dazu hat sich die Frau jedoch gefunden und ist mit ihrer Situation zufrieden. Ihr wurden alle Möglichkeiten eröffnet, denn neben der Karrierefrau, die ebenso zur modernen Gesellschaft gehört wie die Männer in führenden Positionen auf dem Arbeitsmarkt, ist auch das traditionelle Bild der Hausfrau und Mutter durchaus nicht unbe-

liebt oder ungern gesehen, solange die Frau diese Entscheidung selbst getroffen hat. . Dem erfolgreichen Rollenwechsel bzw. der Vergrößerung des Rollenspektrums der Frau stehen folglich Schwierigkeiten in Bezug auf die Rolle des Mannes gegenüber. Dem Mann jedoch fällt die gesellschaftliche Selbstfindung im Gegensatz zur Frau umso schwerer, wurde ihm doch sein Platz als Oberhaupt, sei es in Beruf oder Familie, streitig gemacht. Als Hausmann ist er trotzdem auch nicht gern gesehen, Väter im „Mutterschutz“ sind noch zu neu und untypisch, als dass diese wenig alltägliche Konstellation gesellschaftlich uneingeschränkt anerkannt wäre. Reden wir also von der Generation junger Erwachsener im Alter von ungefähr 20 – 35 Jahren, was die zukünftige arbeitende Bevölkerung beinhaltet, wird es dem weiblichen Teil relativ einfach gemacht, vor allem im Vergleich zu früheren Zeiten. Der Mann ist weniger frei in der Wahl seines Lebensstils, wenn es auch auf den ersten Blick nach wie vor nicht so scheinen mag. Aber ganz nach den Buchtiteln „Müssen Männer Helden sein?“¹ und „Wollen Frauen den neuen Mann?“² sehnt sich die neue Frau nach einem passenden Mann, weiß dabei aber selbst nicht genau, wie dieser aussehen soll. Der Mann, der die Frau versteht und sehr kompromissbereit ist, dabei selbstreflexiv auch über Probleme redet und selten seinen Willen durchsetzt, erscheint oft wenig selbstbewusst. Der „Machotyp“, der die Frau dominieren will, das Geld nach Hause bringt und sich als Oberhaupt aufspielt, unterdrückt die Frau zu sehr, als dass sie in der Konstellation glücklich sein könnte. Die Entwicklung der modernen Frau hat den Mann auf der Strecke gelassen, der sich zwangsläufig in einer Selbstfindungskrise befinden muss und dabei wenig Unterstützung erfährt. Es stellt sich nun die Frage, inwieweit ein definiertes Rollenverständnis von Frau und Mann nötig ist, damit beide Rollen einwandfrei nebeneinander funktionieren können und inwieweit die Krise der Männerrolle auch die Gültigkeit und Funktionstüchtigkeit der Frauenrolle beeinflusst.

Verschiedene Einflussfaktoren haben dazu geführt bzw. führen auch aktuell noch dazu, dass der Mann nicht weiß, was genau die moderne Frau heute von ihm erwartet. Ebenso wie sie nicht weiß, was sie vom heutigen Mann halten soll. Rollenverständnisse sind nicht mehr eindeutig definiert und ebendiese fehlende unmissverständliche Festlegung birgt Probleme. Zum einen gibt es natürlich die alltägliche Fernsehwerbung, die unschwer erkennen lässt, welches Rollenverständnis der Gesellschaft vermittelt werden soll. Hinzu kommt Plakatwerbung, die zwar an sich nicht digital ist, aber durch das Internet in Form von Werbebannern und Ähnlichem in der heutigen Informations- und Mediengesellschaft täglich Rezipienten findet und dadurch noch mehr Einfluss hat als vor einigen Jahrzehnten, als es noch die einzige Möglichkeit war, die Werbeposter den Konsumenten zu zeigen, indem man sie öffentlich aushängte in

¹ Zulehner et al. 1998

² Döge und Volz 2002

Zeitungen einbettete. Das Fernsehprogramm an sich übt natürlich ebenso Einfluss auf die Gesellschaft aus. Dort wird auf verschiedene Arten ein Rollenbild vermittelt, mit dem sich das Publikum identifiziert und oftmals übernimmt. Durch die Entwicklung unserer Gesellschaft zu einer, in der die Nutzung von Massenmedien bereits im Kindesalter erfolgt, kann das Medium Fernsehen ein wichtigerer Faktor für die Sozialisierung der Bevölkerung sein, als man sich zunächst eingestehen möchte. Vielmehr kommt es hierdurch zu einer dem Konsumenten unbewussten Beeinflussung, die erst rückblickend in allen Aspekten offensichtlich wird. Ein weiterer wichtiger Punkt, der vor allem die junge Generation nachhaltig beeinflusst, ist meiner Meinung nach die Musik. Um dabei jedoch nicht ein viel zu großes Feld bedienen zu wollen, werde ich mich bei meiner Betrachtung auf aktuelle deutschsprachige Musik beschränken. Einerseits ist deutsche Musik schon sprachlich für jeden zugänglich, andererseits sprechen deutsche Künstler die deutsche Gesellschaft an, deuten auf Missstände hin und sind meistens ein sehr gutes und zuverlässiges Sprachrohr für einen Teil der Bevölkerung.

Insgesamt wird diese Arbeit natürlich nicht hundertprozentig objektiv sein und sicherlich werden sich genug Kritiker finden, die eine komplett andere Meinung zum Thema des heutigen Rollenverständnisses haben, als die in dieser Arbeit erarbeitete. Ich beleuchte eine mögliche Perspektive der Betrachtung der heutigen Gesellschaft und der dabei vorkommenden Probleme, die sich durch die Veränderung der Stereotypisierung in den letzten Jahrzehnten und der Weiterentwicklung der Bevölkerung und deren Selbstverständnis ergeben haben. Außerdem versuche ich, mit dieser Arbeit Verständnis für beide Seiten aufzubringen, die der Männer und die der Frauen. Es soll keinesfalls darum gehen, ein besonders negatives oder positives Frauen- oder Männerbild zu entwickeln. Beiden wird es heute nicht leicht gemacht, sich gesellschaftlich zu etablieren und dabei mit sich selbst im Reinen zu sein, sich selbst zu verwirklichen und eigenen Grundsätzen treu zu bleiben. Eventuell helfen dem einen oder anderen Leser die geschichtliche Betrachtung dieses Wandels und die Erklärung, wie vielen Einflüssen man sich heutzutage bewusst und unbewusst aussetzen muss.

„Das Geheimnis wird zur Essenz der Mann-Frau-Beziehung.“³ Vielleicht lohnt es sich, zumindest einen kleinen Teil dieses Geheimnisses zu lüften?

³ Meyrowitz 1987: 151

2 Das damalige Rollenbild

Es folgt ein Überblick über die Entwicklung der typischen Rollenbilder von Mann und Frau ab den 50er Jahren bis zur Jahrhundertwende. Erläutert an der Entwicklung der Gesellschaft in Deutschland und dem Einfluss der Medienwelt auf ebendiese, in Form von z.B. Fernsehen, Werbung und Printmedien. Hierbei werde ich die Unterschiede außer Acht lassen, die zwischen der BRD und der DDR vorzuweisen sind, da ich diese für den weiteren Verlauf der Entwicklung für irrelevant erachte.

Ein Zitat von Joshua Meyrowitz beschreibt den ursprünglich gültigen Stereotypen beider Geschlechter sehr gut: „Die Frauen waren befreit von der Bürde des öffentlichen Lebens, die Männer befreit von der Bürde der Kindererziehung und der Hausarbeit.“⁴

2.1 Die (Haus-)Frau

Der erste große Schritt der Emanzipation, die im weiteren Verlauf die Entwicklung der deutschen Gesellschaft und somit die Veränderung des typischen Frauenbildes maßgeblich beeinflusst, erfolgte 1949 und steht in engem Zusammenhang mit dem Namen Elisabeth Selbert. Diese hat als eine von vier Frauen am Entwurf des Grundgesetzes mitgewirkt und wird als „geistige Mutter“⁵ des Artikels 3, Absatz 2 beschrieben, der da heißt „Männer und Frauen sind gleichberechtigt“⁶. Natürlich war damit nicht von heute auf morgen das altbekannte Bild der Frau, die gleichzeitig die Kinder erzieht, dem Mann das Abendessen kocht, seine Wäsche wäscht und mit den Armen Nummer drei und vier noch aufräumt und feucht durchwischt, aus den Köpfen der Deutschen gestrichen. Aber das war der Anfang einer neuen Zeit.

2.1.1 Hausfrau und Mutter

Das Frauenbild der 50er Jahre bestand dennoch erst einmal aus der Annahme, die Frau sei dafür gemacht, dem Mann als Hausfrau und Mutter zur Seite zu stehen. Oder bildlich gesehen eher ein wenig seitlich hinter ihm, schließlich ist er als das starke Geschlecht sowohl Beschützer, als auch Oberhaupt der Familie. Nachdem die Frauen die Männerberufe wieder freigaben, die während des Krieges von ihnen übernommen werden mussten, ging es zurück zu alter wertekonservativer Familienform. Im Gegensatz zum Grundgesetz folgte das Bundesgesetzbuch in keiner Hinsicht den ersten

⁴ Meyrowitz 1987: 148f

⁵ Riedel

⁶ Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland 2010

Hinweisen der Emanzipation und somit hatte der Mann nahezu freie Verfügungsgewalt. Zwar sollte die Frau sich um die Kinder sorgen, Erziehungsfragen wurden jedoch vom Familienvater übernommen. Sie sollte sich möglichst um alles kümmern, doch von ihr geschlossene Verträge konnten durch den Mann negiert werden.⁷ Der deutschen Frau wurde suggeriert, dass sie auf der Welt sei, um ebendiese Dinge zu tun und mit ihrer Rolle in der Familie glücklich zu sein. Und natürlich möchte auch jede Frau ihrem Mann gefallen.

Dieser Eindruck wird verstärkt durch die Fernsehwerbung dieser Zeit. Haushaltsgeräte werden von Männern beworben, die sie ihren Frauen als Erleichterung anbieten. Der Hintergrund war jedoch nicht, dass sie dadurch mehr Freizeit haben sollte, um eigenen Interessen nachgehen zu können, sondern noch mehr Zeit für den Mann und die Erfüllung seiner Wünsche zu haben. „Rowenta erleichtert das Leben“ heißt es in einer Werbung für Haushaltsgeräte der Marke Rowenta⁸ (s. Abbildung 1).



Abbildung 1: Werbung der 50er Jahre (Quelle: www.wirtschaftswundermuseum.de)

⁷ Vgl. Riedel

⁸ Bohn

Ebenso wird in einer weiteren Werbung gesagt „Für dich wasch ich perfekt“⁹. Damit wurde eindeutig artikuliert, dass die Frau diese Arbeit nicht für sich tut, sondern um ihren Mann glücklich zu machen und zufrieden zu stellen. Sie wollte es nicht gut, sondern perfekt machen, es gab keine Qualitätskompromisse und damit lockte die Werbung. Es wird deutlich: Die Hauptrolle spielte der Mann. Die Frau war dafür da, ihm das Leben so leicht wie möglich zu machen. Auch Äußerlichkeiten wurden durch augenscheinlich banale Werbungen propagiert. Die Frau in der Werbung sah immer perfekt aus. Hübsch gekleidet, lächelnd und mit einen fast schon unglaublichen Spaß an der anstrengenden Hausarbeit. Immer motiviert, gut gelaunt und mit ihrer Rolle im Einklang. So sollte sie sein, die perfekte Frau.

2.1.2 Erste Schritte in die Unabhängigkeit

Im Laufe der 60er Jahre kam Bewegung in die Frauenwelt. Langsam aber sicher wurde der Satz „Man wird nicht als Frau geboren, man wird dazu gemacht.“¹⁰ zum Mantra der deutschen Frau, die verstanden hat, dass sie nicht von Geburt an unselbstständig und auf den Mann angewiesen ist, sondern lediglich in diese Richtung erzogen wurde. Mit dieser Erkenntnis versuchten sie nicht nur, politisches Mitspracherecht zu erreichen und so eine gleichberechtigte Rolle in der Gesellschaft zu erlangen, sondern von Grund auf das Gesellschaftsverständnis zu verändern. Zwar war das Frauenbild, das durch Fernsehen und Werbung vermittelt wurde, noch kaum zu unterscheiden von dem der 50er Jahre, und somit hielten die Medien weiterhin gegen die Emanzipation, jedoch gab es wesentliche Indizien, die darauf schließen ließen, dass ein Wertewandel von staten ging. Vor allem durch vermehrte Berufstätigkeit von Frauen und die regelmäßige Ausübung von Berufen erlangte die Frau größere Unabhängigkeit und Selbstständigkeit, was sich in einem Anstieg von Trennungen und Scheidungen ablesen ließ. Die Antibabypille kam auf den Markt und die Geburtenrate ging zurück, während die Anzahl an unehelichen Kindern stieg, ebenso wie die Zahl alleinerziehender Eltern.¹¹

2.1.3 Der Beginn der Emanzipation

Dieser Fortschritt wurde in den 70er Jahren stetig weiter geführt. Nach und nach lernte die Gesellschaft, die Frau nicht mehr nur als Accessoire des Mannes zu sehen, sondern ihr eine eigene Rolle zuzuschreiben. Dieser Teil der Entwicklung in Deutschland lässt sich unter Anderem sehr gut an dem Wandel der Filmindustrie und der Verbrei-

⁹ Bayerischer Rundfunk

¹⁰ de Beauvoir 1990

¹¹ Vgl. Kirchberger

tung der Frauenliteratur zu dieser Zeit darstellen. Immer mehr Frauen veröffentlichten Schriften, in denen sie die „sexuelle Unterdrückung, die Domestizierung oder Doppelbelastung der Frau“¹² der deutschen Gesellschaft und insbesondere dem männlichen Teil eben dieser begreiflich machen wollten. Dies sei vor allem eine aufklärerische Maßnahme gewesen, schreibt Eidukeviciene weiter. Wichtiger als der Effekt, den die Verbreitung von Texten aus Frauenhand nach außen trug, war die Selbstfindung der Frauen selbst, die damit einherging. Gefühle und Wünsche öffentlich zu machen war der wesentliche Schritt, selbst mit dem eigenen neuen Bild umzugehen. Und damit veränderte sich automatisch die allgemeine öffentliche Ansicht, denn zuvor gab es keine Schriften, die das traditionelle Rollenbild aus der Sicht des Opfers, welches in diesem Fall die Frau darstellt, beschreibt und gleichzeitig verurteilt. Oft kommt es ja erst dann zu einer Veränderung, wenn man den blockierenden bzw. desinteressierten Teil der Gesellschaft direkt mit den Missständen konfrontiert, sodass es nicht möglich ist, sie weiter zu ignorieren und zu handeln, als wär man selbst nicht betroffen. Ein gutes Beispiel dafür, dass die Frau sich in den 70ern stark emanzipierte, ist eine Werbung von Astor für Lidschatten (s. Abbildung 2).



Abbildung 2: Werbung der 70er Jahre: Astor (Quelle: www.vongestern.com)

¹² Eidukeviciene 2003: 61

Anders als bei der in Abb.1 gezeigten Werbung wird hier die Frau direkt angesprochen. Es geht nicht darum, ihr etwas schmackhaft zu machen, das eigentlich nur ihre häuslichen Pflichten betrifft (z.B. Haushaltsgeräte), sondern um ein Produkt, mit dem sie doch in erster Linie sich selbst eine Freude machen kann. Als Frau macht es einem in der Regel Spaß, sich hübsch zu machen, selbst wenn im Endeffekt doch der Grund dafür ist, einem Mann zu gefallen. Sie tut es eher aus freiem Willen als aus Pflichtbewusstsein. Ebenso ist der Stil der Werbung ein anderer als noch in den 50ern. Die Frau auf dem Bild ist jung und hübsch, trägt Blumen im Haar, was einen verspielten Eindruck vermittelt, und es werden bunte, auffällige Farben beworben. Insgesamt wirkt es viel weniger konservativ, eher modern und frisch. Sobald die Werbung der Gesellschaft etwas vorlebt, kann es dementsprechend nicht mehr zu lange dauern, bis diese in ihrem Verhalten nachzieht, sodass sich hier auch ein wesentlicher Einfluss auf die Entwicklung erkennen lässt.

Als Reaktion auf den Wandel des deutschen Publikums hat sich auch die Filmindustrie schnell angepasst. Während bis zu den 70er Jahren noch die Frau hauptsächlich als „Jungfrau, Nymphe, Femme fatale, Mondäne, guter Kamerad oder sonstiger Abbilder männlicher Phantasie, wie sie seit Anfang der Filmgeschichte vor allem von weiblichen Stars verkörpert wurde“¹³ zu sehen war, entwickelte sich auch in diesem Bereich eine neue Nische, die, ebenso wie in der Literatur, darauf bedacht war, Frauen als Frauen zu zeigen. Und zwar so, wie sie waren, und nicht, wie sie sein sollten. Das Kino war darauf ausgerichtet, dem Mann eine Möglichkeit der Identifikation zu bieten. Zwar wurden Frauen gezeigt, aber aus Sicht der Männer im Film bekamen sie Verachtung zu spüren und dienten als „erotische Objekte“.¹⁴ „Der Film liefert somit über Appelle an das Unbewußte seinen Beitrag zur Konstruktion und Reifikation eines bestimmten Verhältnisses der Geschlechter.“¹⁵ Dem Zuschauer wird also auch für sein späteres Leben der Gedanke eingepflanzt, die Frau sei dem Mann untergeordnet. Bei erwachsenen Männern lässt sich hierbei vermutlich nicht mehr von Erziehung sprechen, aber eine gewissen Beeinflussung, die sich im täglichen Leben widerspiegelt, ist dennoch nicht auszuschließen. Die Tatsache, dass es sich bei Kameramännern, Regisseuren und Produzenten beim deutschen Film auch fast ausschließlich um Männer handelte, tat ihr Übriges, den Blick auf die Frauenwelt zu verschleiern. „Der männliche Blick projiziert seine Phantasien auf die weibliche Figur, die nach seinen Bedürfnissen stilisiert ist.“¹⁶ Ebenso zeichnete sich der klassische Film nach Mühlen-Achs dadurch aus, dass er die

¹³ Werner Faulstich 2005: 225

¹⁴ Mühlen-Achs und Schorb 1995: 48

¹⁵ Mühlen-Achs und Schorb 1995: 49

¹⁶ Mühlen-Achs und Schorb 1995: 50

Handlung aus Sicht eines männlichen Protagonisten zeigte.¹⁷ Um dem entgegen zu wirken, bemühten sich junge Regisseurinnen, die Welt aus der Sicht der Frau zu zeigen und Themen zu behandeln, die vorher vernachlässigt, von der weiblichen Bevölkerung aber dringend gefordert wurden. Somit wurde die neue, selbstbewusste Frau gezeigt, die wusste, wie man sich in einer bis dato männerdominierten Gesellschaft durchsetzen konnte. Dies hatte sowohl zur Folge, dass der Film nicht mehr nur für den Mann gemacht war, als auch dass der männlichen Bevölkerung eine andere Sicht der Dinge vermittelt wurde.

2.1.4 Die Unabhängigkeit

Weiter lässt sich in der Geschichte der nächste Schritt zur Gleichberechtigung beobachten. 1980 wurde das Übereinkommen „zur Beseitigung jeder Form von Diskriminierung von Frauen und Männern wegen des Geschlechts [...]“ unterzeichnet.¹⁸ Zwar bezieht sich dies auf beide Geschlechter, dennoch handelte es sich hier um eine Reaktion auf den Wandel der weiblichen Bevölkerung, deren Wunsch nach Gleichberechtigung immer lauter wurde. Aus Sicht des Fernsehens wurde diesem Wunsch jedoch zunächst nicht nachgegeben. Nach einer Untersuchung, die 1987 durchgeführt wurde, sind mehr als 90% der leitenden Positionen im Rundfunk und Fernsehen von Männern besetzt.¹⁹ Demzufolge war eine nicht zu verachtende Beeinflussung des Programms bzw. der Programminhalte nicht von der Hand zu weisen. Dieses Missverhältnis führte also dazu, dass weiterhin und trotz der Revolution der Filmbranche der Bereich Rundfunk und Fernsehen von Männern dominiert und bestimmt wurde, also der Gesellschaft das Bild der Frau vermittelt wurde, das der Mann von ihr hatte. Dieses lässt sich nach Gunter beschreiben, nach dem die Frau als „[...] sensitive, often fearful and anxious, and generally dependent on male help and support [...]“²⁰ gesehen wurde. Dies wurde dadurch bedingt, dass die Frau vom Lebensbereich des Mannes isoliert und somit zur Unselbstständigkeit erzogen wurde.²¹ Laut Mühlen-Achs ist das Bild der Frau jedoch in zwei Ausführungen vorhanden: „einerseits die junge, schöne, unabhängige Frau auf der Suche nach einer heterosexuellen Beziehung, andererseits die Hausfrau und Mutter ohne Sexappeal“²². Bei ersterem Bild ist die Beschränkung auf äußere Attribute und der potentielle Nutzen für einen zukünftigen Ehemann deutlich im Vordergrund, was wiederum auf die Ansicht Rückschlüsse ziehen lässt, die Frau sei ein Accessoire des

¹⁷ Vgl. Mühlen-Achs und Schorb 1995: 50

¹⁸ Weiderer 1993: 17

¹⁹ Vgl. Mühlen-Achs und Schorb 1995: 14

²⁰ Gunter 1986: 11

²¹ Meyrowitz 1987

²² Vgl. Mühlen-Achs und Schorb 1995: 16

Mannes. Die Unabhängigkeit der hierbei beschriebenen Frau ist eine notwendige Folge der bereits durchlebten Jahrzehnte, in denen ein unumstrittener Wandel des weiblichen Rollenbildes bereits stattgefunden hat und nicht mehr ignoriert werden kann. Das zweite Bild zeigt das nach wie vor verankerte traditionelle Konstrukt der Rolle der Frau, das in der konservativen deutschen Gesellschaft nicht von heute auf morgen verschwinden konnte. Diese Vermutung bestätigt sich bei der Betrachtung des Kinderprogramms im deutschen Fernsehen, wobei festgestellt wurde, dass „Frauen [...] durchweg als un-selbstständige, Männern und der Familie zugeordnete Wesen vorgeführt [werden]. Schönheit und eine gepflegte, adrette Erscheinung sind ihre zentralen Merkmale.“²³

Der englische Autor Barrie Gunter bestätigt die oben dargelegten Thesen, dass sich die Sicht auf die Frau nicht allzu sehr geändert hat, mit seiner Betrachtung der Fernsehinhalte. Frauen seien in ihrer konventionellen Rolle zu sehen, nämlich die der Hausfrau und Mutter. „In Television’s fictional life, women tend to be most often found in the home, and much less often at work.“²⁴ Passend dazu schreibt auch Ruth Becker: „Der Dualismus von Öffentlichkeit und Privatheit ist so mit der symbolischen Konstruktion der Zweigeschlechtlichkeit eng verknüpft, da Haus und Privates an die Frau und an Weiblichkeit gebunden sind, außerhäusliche Aktivitäten und öffentliches Agieren aber dem Mann zugesprochen werden.“²⁵ Sie bezieht sich hierbei nicht auf das Frauenbild im Fernsehen, bestätigt aber Barrie Gunter, indem sie im Hinblick auf die Gesellschaft eine ähnliche Aussage trifft. Zwar gibt Gunter auch zu, dass es bereits einen Wandel gegeben hat, der das Rollenverständnis maßgeblich beeinflusste, sieht diesen jedoch nicht auf die Frau bzw. das Bild der Frau, sondern ebenso im allgemeinen auf die Gesellschaft und deren Verständnis von sich selbst bezogen. „[...] there have been changes in beliefs about the value of family [...], the role of marriage [...], the possibility of self-fulfilment through work.“²⁶

2.1.5 Die selbstbewusste Frau

Mit dieser Aussage könnten sich die folgenden 90er Jahre einläuten lassen, in denen genannte Veränderungen des Verständnisses von verschiedenen Werten, wie z.B. Familie und Hochzeit, in die Köpfe der Bevölkerung vordrangen. Nicht zuletzt kam es durch die zunehmende Popularität der bekannten Feministin Alice Schwarzer dazu, dass sich das konventionelle und mittlerweile auch als konservativ angesehene Rollenbild aus der Gesellschaft entfernte. Wie sich bereits in den 80er Jahren ankündigte,

²³ Mühlen-Achs und Schorb 1995:17

²⁴ Gunter 1986: 2

²⁵ Becker und Kortendiek 2010: 244

²⁶ Gunter 1986: 9

entwickelte sich die Frau zu einer starken, selbstständigen und vor allem selbstbewussten Persönlichkeit.



Abbildung 3: Werbung der 90er: Langnese (Quelle: www.culture-blog.de)

Bei der Betrachtung von Abbildung 3 fällt genau das auf. Die Frau ist leicht bekleidet, hübsch und blickt lasziv in die Kamera. Das Bild ist natürlich ein Blickfang für Männer, zeigt die Frau aber nicht in Abhängigkeit oder Unterordnung, und im Gegensatz zu vorangegangenen Werbungen (z.B. Abbildung 2) nicht mehr zurückhaltend und „brav“, sondern provokativ und sich ihrer Weiblichkeit bewusst. In gewisser Weise kann man sie in dieser Werbung auch als Sexobjekt sehen, aber die neue, selbstbewusste Frau ließ sich nicht dazu degradieren, sondern spielte mit dieser Bezeichnung, was einen der wesentlichen Unterschiede zur traditionellen Frau der früheren Jahrzehnte darlegte.

Insgesamt lässt sich von 1950 bis zur Jahrtausendwende ein deutlicher Wandel des typischen Frauenbildes feststellen. Die Hausfrau und Mutter, die abhängig vom Ehemann war und ihre Pflichten im Haushalt erfüllte, während sie wenig am öffentlichen Leben teilnehmen durfte, entwickelte sich zur modernen, selbstbewussten Frau, die ihr eigenes Leben führt, offen mit ihrer Weiblichkeit umgeht und sich nicht länger unterordnet. Dieser Vorgang bzw. das Ziel der feministisch beeinflussten Veränderungen wird treffend von Meyrowitz beschrieben: „Doch heute bemüht sich die Bewegung um vollständige soziale und rechtliche Gleichheit mit Männern, tatsächlich geht es sogar

um eine Veränderung oder Eliminierung der Trennungslinie zwischen Männlichkeit und Weiblichkeit.“²⁷

2.2 Der (Karriere-)Mann

Welches Männerbild herrschte in den 50er Jahren? Ein Frauenbild hat man eigentlich zu jedem Jahrzehnt vor Augen, aber hat sich der Mann überhaupt während all der Zeit verändert oder lohnt es sich gar nicht, das zu diskutieren? In dieser Hinsicht wurde der Mann in der Gesellschaft definitiv lange vernachlässigt. Allerdings gab es auch keinen Grund, sich mit der Rolle des Mannes kritisch auseinander zu setzen, da keine Beschwerden vorlagen, zumindest nicht öffentlich bekannt. Man untersucht normalerweise nur das, was verbessert werden muss, diskutiert nur das ausführlich, das genügend Diskussionspotenzial in sich birgt. Der Mann war mit seiner Rolle zufrieden und hat sie im Gegensatz zur Frau nicht hinterfragt. Ob es daran liegt, dass die typische Rolle des Mannes damals die „bessere“ war, ist subjektiv zu beurteilen. Ich werde mich dennoch bemühen, das Männerbild zu beschreiben und eine Entwicklung herauszuarbeiten, die es sicherlich, wenn auch nicht so auffällig, gegeben hat. Sonst wäre es ja auch nicht möglich gewesen, der Frau den nötigen Entwicklungsspielraum in der Gesellschaft zu geben.

2.2.1 Der Mann als Familienoberhaupt

Entsprechend dem Bild der Frau, die sich um Kinder und Haushalt kümmerte, war es in den 50er Jahren ganz klar Sache des Mannes, die Familie zu ernähren. Somit war allein er derjenige, der arbeiten ging und sich dann zu Hause von der Frau versorgen ließ. Als Oberhaupt der Familie war es außerdem sein Recht, sämtliche Entscheidungen zu treffen, die eben diese betrafen. Sei es Wohnort, Abschluss von Verträgen, Anschaffungen aller Art oder die Erziehung der Kinder. Sein Platz war an der Öffentlichkeit und nicht im Hintergrund.²⁸ Der ideale Mann war stattlich und kompetent, ein Vorzeige-Ehemann. Barrie Gunter beschreibt das Verhältnis zwischen Mann und Frau als „[...] dominance of men and the subordination of women.“²⁹, was deutlich macht, dass der Mann, unter anderem durch seine berufliche Karriere und seinen Rang im traditionellen Rollenbild, in der Gesellschaft und zu Hause in der Familie ein wesentlich höheres Ansehen genießt als die Frau.

²⁷ Meyrowitz 1987: 145

²⁸ Vgl. Meyrowitz 1987: 148

²⁹ Gunter 1986: 13



Abbildung 4: Werbung der 50er Jahre: Männerbild (Quelle: www.wirtschaftswundermuseum.de)

Auch hier lassen sich deutliche Schlüsse aus dem Stil der Werbung in den 50ern ziehen. Bei Abbildung 4 handelt es sich um ein Werbeplakat für ein Nachrichtenmagazin. Es werden lediglich Männer angesprochen, das Magazin trägt passend dazu den Namen „Mann von Welt“. Dabei wird das typische bzw. erwünschte Mannsbild vermittelt: Der Mann trägt Anzug und Hut, sieht insgesamt sehr ordentlich aus und guckt selbstbewusst in die „Kamera“. Aus dem Gebäude im Hintergrund lässt sich schließen, dass ein gewisser kultureller Bildungsstand ebenso vorhanden ist wie die Fähigkeit, die Welt zu bereisen, was wiederum durch den Globus hervorgehoben wird. Dies wird jedoch allein dem Mann zugesprochen, an den diese Werbung gerichtet ist. Es wird deutlich, dass der Mann in den 50er Jahren ein sehr viel freieres, vielfältigeres und selbstbestimmteres Leben zu genießen schien, als es der Frau bestimmt war.

2.2.2 Die erste Männerbewegung

Und trotz der beginnenden Frauenbewegung ließ sich dieser Trend erst einmal weiter verfolgen. Erst Ende der 60er Jahre kam es zur ersten Männerbewegung und der überraschenden Erkenntnis, dass nicht nur die Frauen mit ihrer Rolle nicht zufrieden sein könnten, sondern auch der Mann sich mit der ihm zugeschriebenen Rolle nicht uneingeschränkt identifizieren konnte. Diese Männerbewegung, so schrieb Helmut Blazek, „bemüh[t] sich um eine kritische Auseinandersetzung mit traditionellen Männerbildern, da sie die herkömmliche Geschlechtertypologie, die der Frau die passive, dem Mann

die aktive Rolle zuweist, nicht nur als frauen-, sondern auch als männerunterdrückend betrachte[t].³⁰ Dies bestätigt, dass sich Männer ebenso in das konservative Bild hineingezwungen fühlten, verursacht durch Tradition und vor allem Erziehung, und es nicht deren gewünschte Konstellation des Zusammenlebens in einer Familie war.

2.2.3 Aufkommende Männerforschung

Weiter sei es in den 70er Jahren in oben genannten Männerbewegungen darum gegangen, hauptsächlich zwei Themen aufzuarbeiten: „Sexualität und die häufig unterentwickelte Fähigkeit, feste und tiefe Freundschaften mit Geschlechtsgegnossen aufbauen zu können.“³¹ Dem Mann wurden seine emotionalen Defizite bewusst und zum ersten Mal trat er mit dieser Erkenntnis auch an die Öffentlichkeit. Schuld daran sei nach Blazek die Sozialisation der traditionellen Gesellschaft gewesen, deren Bild noch nicht dem Wandel einzelner Gruppen folgte. „Diese Sozialisation zum Mannsein verhindere die naturgemäße Entwicklung weiblicher Eigenschaften, wie etwa die Fähigkeit zu körperlicher und seelischer Hingabe.“³² Dadurch erklärt sich auch die allgemeine Annahme, Frauen seien emotionaler und sensibler, sowohl auf sich selbst bezogen als auch im Umgang mit anderen. Hierzu schreibt Gunter: „[...] males are socialised to hide their emotions [...] females are expected openly to admit and display their feelings [...]“³³ Zwar wurde dieser Tatsache bisher nur entnommen, dass die Frau das schwache Geschlecht bildet und der Mann dementsprechend stark, emotional weniger empfindlich und eventuell sogar unantastbar ist, dass dabei aber auch Nachteile für den Mann beinhaltet sein könnten, war der Gesellschaft nicht bewusst, bis es publik gemacht wurde. Die charakterliche Disparität von Mann und Frau machte es dem Mann also umso schwerer, sich zu seinen emotionalen Schwächen zu bekennen und die eigene Introvertiertheit zu überwinden, weshalb es zu dieser zeitlichen Verschiebung der Entwicklung des Mannsbildes in der Gesellschaft kam. Peter Ludes nennt als eine Dimension des sozialen Wandels die „Annäherung männlicher und weiblicher Verhaltensweisen“³⁴. Obwohl die neu aufkommende Männerforschung nicht uneingeschränkt positiv empfunden wurde³⁵, war sie nicht aufzuhalten.

³⁰ Blazek 1999: 230

³¹ Blazek 1999: 231

³² Blazek 1999: 231

³³ Gunter 1986: 12

³⁴ Ludes 1989: 47

³⁵ Zulehner et al. 1998: 12

2.2.4 Die Identitätssuche des neuen Mannes

Die Diskussion um das Männerbild setzte sich in den 80er Jahren fort. Oder wie es Karin Aleksander nennt: Der „Kampf der Männer um Geschlechtsrollenfindung, Rollenschicksal und Rollenidentität“³⁶. Die Frauen fuhren einen direkten Kurs in Richtung Emanzipation und Gleichberechtigung und haben dabei ihre Männer in einer Identitätskrise zurückgelassen, ohne sich dessen sofort bewusst zu werden. Ein weiterer Punkt sei laut Aleksander, dass durch die zunehmende Modernisierung der Wirtschaft der Mann in seiner Position bedroht wurde und in Teilbereichen an Wichtigkeit verlor.³⁷ Er war also gezwungen, die von Geburt an anerzogenen und lebenslang antrainierten Verhaltensweisen und Ansichten endgültig abzulegen. Dabei kristallisiert sich eine logische Schlussfolgerung heraus: Der Mann konnte nicht wissen, wohin er sich entwickeln sollte. „Einerseits werden von ihnen die alten Rollen und Pflichten gefordert, andererseits werden sie zunehmend unter Druck gesetzt, sich in vielerlei Hinsicht zu verändern.“³⁸ Während der weiblichen Bevölkerung wichtig war, aus der Rolle der abgeschotteten Hausfrau auszubrechen, musste der Mann sich anpassen, wusste aber nicht wie. Einerseits wollte – und musste – er sich mehr in die Familie einbringen, um die Frau in dieser Position nicht länger allein zu lassen, andererseits wollte er sich natürlich nicht so ohne weiteres die wichtige Rolle als Familienoberhaupt nehmen lassen, indem er der Frau alle Privilegien überlässt und auf eine eigene berufliche Karriere verzichtet.

2.2.5 Der traditionelle Mann stirbt aus

In den 90ern ging die Suche nach der männlichen Identität weiter. Man(n) befand sich nach wie vor in einer „Nichtentwicklung“, dabei verlangen die Frauen das genaue Gegenteil. „Die Ungeduld der Frauen wächst den Männern gegenüber.“³⁹ Wie bereits erwähnt, kennt der Mann aber das Ziel seiner eigenen Suche nicht, weil er, dem sein Leben lang eingeredet wurde, introvertiert und rational durch das Leben zu gehen, nicht sensibel genug ist, um den Wunsch der Frau zu erkennen. Er kann nicht allein begreifen, wie sein Idealbild aussieht. Eventuell wusste allerdings auch die Frau nicht ganz genau, was sie sich von ihrem Mann wünscht, da sie die letzten Jahrzehnte viel zu sehr damit beschäftigt war, klarzustellen, wie sie selbst nicht sein wollte. Zulehner beschreibt in seinem Buch den Wunsch nach einem „Mischwesen“, einem weiblicheren

³⁶ Aleksander 2010: 49

³⁷ Vgl. Aleksander 2010: 50

³⁸ Aleksander 2010: 52

³⁹ Zulehner et al. 1998: 13

Mann, und spricht dabei kritisch vom „halbierten Männerleben“⁴⁰. Die Entwicklung ist jedoch spürbar und dringt langsam ins Bewusstsein der Gesellschaft, ein Wandel in der elementaren Rollenstruktur lässt sich auf Dauer nicht verleugnen. Vor allem innerfamiliär fällt auf, dass die Männer sich bewusster ihrer Vaterrolle annahmen und sich nicht mehr komplett vor den häuslichen Pflichten verschlossen. Der sogenannte „neue Mann“ z.B. zeigte eine überraschende Bereitschaft, an Stelle der Frau zur Betreuung des Nachwuchses in Karenz zu gehen.⁴¹ Familienfreundlichkeit war also eines der Merkmale, die der Wandel der Männerrolle mit sich brachte. Abgesehen von der Tatsache, dass der Mann sich nach äußerer Betrachtung veränderte, bemühte er sich jedoch auch, inneren Frieden zu finden. „A prominent stereotype of women in our culture is that they are more emotional than men.“⁴² Diese Aussage passt zum traditionellen Bild des Mannes, jedoch nicht länger zur neuen Version. Der moderne Mann arbeitete an sich, um diese Defizite zu eliminieren. Zulehner spricht von einer „Reise nach innen“⁴³. Interpretiert man diese Bezeichnung ein wenig tiefgründiger, ließe sich von „Reise“ Abenteuer ableiten, und die Entdeckung von Neuem. Das würde der emotionalen Weiterbildung des Mannes eine sehr viel positivere Beschreibung geben. Er kümmerte sich nicht darum, Fehler zu beheben, sondern entwickelte sich lediglich weiter. Statistisch betrachtet sah diese Entwicklung nach Zulehner so aus: „Unter den Übersechzigjährigen verstehen sich zwei Drittel traditionell. Von den Unterdreißigjährigen hingegen sind es nur 20 Prozent. Der Anteil der ‚neuen Männer‘ steigt von vier auf 20 Prozent. Am stärksten wächst die suchende Mittelgruppe von 29 auf 57 Prozent.“⁴⁴ Die Zahlen stammen aus einer Männerstudie und belegen, was ich bereits detailliert beschrieben hab. Die junge Generation von Männern bewegte sich zwar gesellschaftlich in die richtige Richtung, war aber noch weitgehend orientierungslos und suchte ihren Platz in der Gesellschaft. Es musste ein neuer Weg gefunden werden, den jungen männlichen Teil der Bevölkerung zu sozialisieren, ohne dass er sich verloren fühlt und sich nicht zugehörig fühlt. „durch den Sozialisierungsprozeß wird das Individuum zum Mitglied der Gesellschaft, indem es mit sozialen Einstellungen und Rollenverhalten versehen wird, die seiner besonderen Gesellschaft und seinem Platz in ihr angemessen sind.“⁴⁵ Darum ging es in den folgenden Jahren, diesen Platz zu finden und die Sozialisierung so zu gestalten, dass der neue Mann sich darin wohlfühlen kann.

⁴⁰ Zulehner et al. 1998: 16

⁴¹ Vgl. Zulehner et al. 1998: 18

⁴² Gunter 1986: 11

⁴³ Zulehner et al. 1998: 19

⁴⁴ Zulehner et al. 1998: 21

⁴⁵ Mann 1997: 21

2.3 Zusammenfassung

Abschließend lässt sich nach dieser Betrachtung sagen, dass insgesamt in der Gesellschaft eine deutliche Entwicklung zu verzeichnen ist. Bei der Entwicklung der Frauenrolle sind die Aspekte Unabhängigkeit von Traditionen, Fremdbestimmung und die Selbstfindung und Selbstentfaltung von immenser Bedeutung. Die Frau wandelte sich von der devoten Hausfrau, deren Leben bestimmt war von Mann und Kindern und die sich allein der Erfüllung der Erwartungen widmete, die diese an sie stellten, zur selbstbewussten, modernen Frau, die sich nach eigenen Wünschen entfaltet, sich einer eigenen beruflichen Karriere widmet und Unabhängigkeit vom Mann erreichen möchte, sei es finanziell, materiell oder emotional. Die Frauenbewegung der letzten 50 Jahre ebnete der heutigen Generation von Frauen den Weg, frei von alten Normen und Traditionen das Leben zu gestalten, das sie sich selbst aussuchen. Sie werden nun nicht mehr zur perfekten Hausfrau herangezogen, sondern können sich frei entwickeln und eigene Vorlieben und Talente entdecken und definieren.

Bei den Männern äußert sich dieser gesellschaftliche Wandel anders. Die oben genannte Entwicklung der Frau bedingte und forderte einen Wandel des Mannsbildes. Der Mann wurde gezwungen, sich vom zuvor nie hinterfragten Familienoberhaupt, das ausschließlich für die finanzielle Versorgung der Familie zuständig war und weiter keine Pflichten hatte, zum altruistischen Ehemann zu verändern, der der Frau den nötigen Freiraum lässt und vor allem die Unterstützung entgegen bringt, die sie braucht, um eigene (berufliche) Wege gehen zu können. Aus dem ursprünglichen Familienkonstrukt ausgestoßen suchte der Mann also eine neue Rolle, woraus sich die Männerbewegungen ergaben, die sich erstmals und wesentlich später als es bei den Frauen der Fall war, den Bedürfnissen des Mannes widmeten und versuchten, diesen Mangel an Empathie für den Mann der Gesellschaft begreiflich zu machen. Es kamen Forschungen über den Mann und seine Geschlechterrolle auf, die es bis dato nicht gab. Deutlicher als bei der Frau lässt sich aber in Bezug auf die Männer sagen, dass die Entwicklung der eigenen Rolle und die Identitätssuche bis heute anhalten und der zeitliche Abstand zur Frauenbewegung dabei spürbar ist.

3 Das heutige Bild von Mann und Frau

Anfang des Jahres 2012 schrieb der Spiegel: „Männer: machthungrig, gewaltbereit, egoistisch. Frauen: einfühlsam, kommunikativ, friedfertig. Die heutigen Geschlechterklischees sind mehr als 200 Jahre alt. Die Forschung hat sie längst als Unsinn entlarvt – doch bis heute schaden sie Männern und Frauen.“⁴⁶ Mit dieser Aussage steht der Verfasser des zitierten Artikels nicht allein da.

Nachdem beschrieben wurde, wie sich die Entwicklung des Rollenverständnisses in der Gesellschaft in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts gestaltete und entwickelte, steht im folgenden Abschnitt das heutige Rollenbild im Mittelpunkt der Betrachtung. Dabei wird der Zeitraum von 2000 bis 2012 zusammengefasst. Da die Entwicklung der Gesellschaft bis heute stetig weiterläuft, entsteht hier nur eine Idee, wie sich der männliche und weibliche Teil der Bevölkerung sieht, bzw. nur eine mögliche Beschreibung der Geschlechterrollen. Betrachtet wird hierbei außerdem die Bevölkerung mit einem Alter von bis zu ungefähr 35 Jahren, da es um ein möglichst aktuelles Rollenbild gehen soll und der ältere Teil der deutschen Bevölkerung noch komplett anderen Einflüssen unterlag, die in dieser Untersuchung nicht mehr berücksichtigt werden sollen.

3.1 Die (Karriere-) Frau?

„Die Emanzipationsbewegung hat deutliche Spuren hinterlassen.“⁴⁷ Betrachtet man eine typische junge Familie oder auch einfach nur eine alleinstehende Frau in Deutschland an, ist diese Aussage in der Tat nicht zu leugnen. Die moderne Frau arbeitet in einem angesehenen Job, ist erfolgreich, verdient genug, um gut davon leben zu können, ohne dass sie jemand finanziell unterstützen müsste und ist selbstständig genug, ihr Leben allein zu managen. Als Mutter bringt sie ihr Kind tagsüber in eine Tagesstätte o.Ä., hat also Zeit für ihre Karriere, und nimmt sich nebenbei aber auch immer wieder genügend Zeit für Mann und Familie, sodass sie Berufs- und Familienleben problemlos verbindet. Der Spiegel schreibt dazu: „Sie sind pragmatischer als ihre Mütter, sie sind ehrgeiziger, zielstrebiger, gebildeter als die Männer. Sie glauben nicht mehr an die Versorgung durch die Ehe, sondern an den Erfolg. Eine junge Frauengeneration macht sich auf den Weg an die Macht - und lässt die Männer hinter sich.“⁴⁸ Dies beschreibt eine Frau jüngeren Alters, natürlich sieht man in der älteren Generation der Bevölkerung einen anderen Stereotyp als Idealbild der Frau. Das liegt allein daran, dass die

⁴⁶ Kucklick 2012

⁴⁷ Bentheim und Murphy-Witt 2007: 9

⁴⁸ Supp et al. 2007

Emanzipation erst in den letzten Jahrzehnten stattgefunden hat und daher bis heute noch nicht bis zur letzten Person durchgerungen sein kann. Deshalb ist die Beschreibung der heutigen Frau als Beleuchtung einer möglichen Seite zu sehen und nicht als unantastbarer wissenschaftlicher Beleg. Doch auch die neue, moderne Frau ist nicht uneingeschränkt so angesehen, wie es sich Feministinnen wünschen. Nicht alle geplanten Veränderungen im Frauenbild konnten sich durchsetzen, denn ein Großteil der Bevölkerung hält an alten Traditionen fest. Wie das Sprichwort sagt „Einen alten Hund kann man nicht mehr umerziehen.“ Fällt es auch dem Teil der Gesellschaft schwer, die mit dem alten Rollenbild aufgewachsen sind, sich kompromisslos auf das erhoffte neue Bild einzulassen. Und dabei scheitern nicht nur Männer, sondern auch so manche Frau.

Verschiedene Betrachtungsweisen unterstützen die Annahme des neuen Frauenbildes. Betrachtet man z.B. die Entwicklung, dass immer mehr deutsche Frauen ihre Kinder alleinerziehend versorgen, ist das ein deutliches Zeichen dafür, dass die Frau den Mann dafür nicht mehr braucht. Mittlerweile ist es laut einem Spiegel-Artikel fast jede fünfte Frau, die ihr Kind ohne einen Vater großzieht. Gerade in den letzten Jahren stieg der Anteil von 14 auf fast 18 Prozent.⁴⁹ Zwar besagt diese Untersuchung nicht, dass die Frauen sich freiwillig zu Alleinerziehenden machen, aber es verdeutlicht die Entwicklung in der Gesellschaft. Bis Ende der 90er war es gesellschaftlich nicht angesehen, sich von seinem Mann zu trennen bzw. scheiden zu lassen und Ehen wurden oft allein aus diesem Grund weiter geführt. Außerdem hat die Frau sich deshalb auch selten anmerken lassen, wenn sie in der Beziehung nicht glücklich war, weil sie als Konsequenz die Trennung vom Mann und somit ihre gesellschaftliche und finanzielle Absicherung gefährdet hätte. Der steigende Anteil der Alleinerziehenden spricht also zwar einerseits dafür, dass immer mehr Ehen oder Beziehungen kaputt gehen, andererseits, und das ist der wichtigere Punkt für die Betrachtung der Rolle der Frau, auch dafür, dass sie sich nicht mehr mit ihrer Situation abfindet, wenn sie damit nicht glücklich ist. Man wird nicht mehr aus der Gesellschaft verstoßen, wenn man nicht ewig den Bund der Ehe hält. Einzig die Tatsache, dass die Frau die erste Bezugsperson des Kindes ist, was zum traditionellen Rollenbild passt, bleibt bestehen, weshalb in der Regel die Kinder nach Scheidungen bei der Mutter bleiben. Demnach bleibt die Erziehungsfrage weiterhin im Normalfall bei der Frau, gezwungen zum Hausfrau-Dasein ist sie jedoch heute deshalb nicht mehr. Dies schreibt auch Lenz: „Das dominante Frauenbild weist heute keine Festlegung auf die Mutter- und Hausfrauenrolle mehr auf.“⁵⁰

⁴⁹ Vgl. Ier/dpa

⁵⁰ Lenz und Adler 2010-2011: 92

Unverändert bleibt jedoch die Meinung, welche charakterlichen Eigenschaften als typisch weiblich einzustufen sind. Laut Peter Döge lassen sich mit folgenden Adjektiven die Frauen zusammengefasst charakterisieren: ängstlich, erotisch, gefühlvoll, mitfühlend.⁵¹ Zwar galt die konservative Hausfrau damals nicht in erster Linie als erotisch, dennoch bleibt die Annahme nach wie vor bestehen, dass Frauen sehr emotional sind und sich eher von Gefühlen leiten lassen als von Logik und Verstand. Das Klischee des schwachen Geschlechts bleibt, während die neue Stärke der Frau deutlicher hervortritt, aber erst einmal ignoriert wird. „Der Abbau von Rollenklischees ist ein langwieriger Prozess.“⁵² Diese Aussage beschreibt, was in der Gesellschaft zu beobachten ist: Trotz der großen Schritte, die die Emanzipation in Deutschland hinter sich gebracht hat, ist das traditionelle Rollenbild der Frau fest verankert, und deshalb bleiben verschiedene Aspekte der Frauenrolle in den Köpfen der Bevölkerung hängen und können nur sehr langsam eliminiert werden.

„Frauen heute [...] wollen mehr sein als nur Mutter.“⁵³ Wie bereits erwähnt, ist die Versorgung des Kindes nach wie vor Sache der Frau. Auch in intakten Beziehungen oder Ehen herrscht die Ansicht vor, dass der Mann dafür nicht zuständig ist, weshalb es für die Frau zu einer Doppelbelastung kommt. Immer mehr Frauen sind berufstätig, bevor sie ein Kind bekommen, und geben ihren Job nicht dafür auf, ausschließlich Mutter zu sein. Die Gleichberechtigung wird vor allem im familiären Bereich gefordert, indem der Mann seine Vaterrolle zu erfüllen und nicht zu 100% der Frau zu überlassen hat. „Die Sozialisation der Kinder in einer modernen Informationsgesellschaft ist eine Aufgabe der Gesellschaft, eine Aufgabe von Männern und Frauen, sie darf nicht länger zeitlich auf die Schultern der Frauen abgeladen werden.“⁵⁴ Die Entwicklung der Gesellschaft ist in dieser Hinsicht noch lange nicht abgeschlossen. Außerdem schreibt Schoenen dazu, dass die klassische Rollenverteilung bei der Hausarbeit ein resistentes Hindernis sei, das der Frau eine uneingeschränkte Vollzeit- Berufstätigkeit schwer mache und deshalb den Weg zur endgültigen Gleichstellung versperre.⁵⁵

In der heutigen Generation von Jugendlichen ist bereits im frühen Alter ein deutlicher Unterschied zwischen Männern und Frauen zu erkennen, was die Lebensplanung betrifft, und die Motivation, sich dafür selbst zu engagieren, um später nicht vom anderen Geschlecht abhängig zu sein. „Mehr als die Hälfte der deutschen Abiturienten sind Mädchen - und ihre Noten sind deutlich besser als die der Jungs.“⁵⁶ Das lässt auf einen

⁵¹ Vgl. Döge und Volz 2002: 23

⁵² Schoenen 2008: 73

⁵³ Schoenen 2008: 73

⁵⁴ Schoenen 2008: 78

⁵⁵ Vgl. Schoenen 2008: 81

⁵⁶ Supp et al. 2007

Unterschied bereits in der Erziehung der Kinder schließen. Die Tatsache, dass die Frau dafür zuständig ist, beinhaltet, dass sie vor allem der Tochter das mitgibt, wofür sie und die Generationen vor ihr gekämpft haben. Bestätigt wird das ebenfalls im Spiegel: „Deutlich mehr Mädchen als Jungen begreifen Bildung als Chance für den Aufstieg, als soziale Befreiung.“⁵⁷ Den neuen, modernen Mädchen wird soziale Befreiung gepredigt, sie sollen sich auf keinen Fall abhängig und angreifbar machen und deshalb zielstrebig ihren eigenen Weg gehen und sich selbst verwirklichen. In dieser Generation scheint die Emanzipation also angekommen zu sein, zumindest bei einem Großteil. „Sie glauben nicht mehr an die Versorgung durch die Ehe, sondern an den Erfolg.“⁵⁸ Der Satz „Die Ehe kam einer finanziellen Lebensversicherung gleich, je reicher der Ehemann, desto größer der Hauptgewinn.“⁵⁹ ist schon lange nicht mehr das Mantra der deutschen Frau.

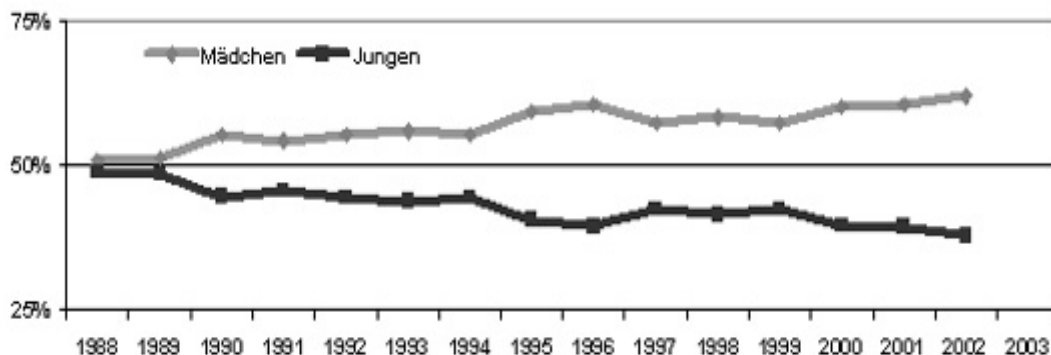


Abbildung 5: Grafik: Abiturienten getrennt nach Geschlecht (Quelle: www.mediacultureonline.de)

In **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** ist zu sehen, dass sich die Motivation der Mädchen, die Schule mit dem Abitur abzuschließen, drastisch steigerte, während die Jungen vom historischen Platz der Bildungselite verdrängt wurden. Dies bestätigt die Annahme, dass die neue Generation der emanzipierten Frauen eine solide Ausbildung und darauf folgend eine Karriere anstrebt. Aktuelle Zahlen aus dem Jahr 2011 vom Statistischen Bundesamt bestätigen die Aussage der Abbildung. „26 der Bevölkerung haben [...] die ‚Fachhochschul- oder Hochschulreife‘ [...] [Davon] haben bereits 43 % der 20- bis 29-Jährigen die (Fach-) Hochschulreife. Bei den Frauen beträgt dieser Anteil 47 % und bei den Männern rund 40 %.“⁶⁰ Ein Satz fasst den Gedan-

⁵⁷ Supp et al. 2007

⁵⁸ Vgl. Lenz und Adler 2010-2011: 93

⁵⁹ Supp et al. 2007

⁶⁰ Destatis (Statistisches Bundesamt)

ken der heutigen Mädchen sehr gut zusammen und nimmt gleichzeitig implizit Bezug dazu, was die Frauenbewegung geschafft hat. „Es scheint so, als ob die Mädchen eines besser begriffen haben als die Jungs: wie diese Gesellschaft funktioniert und wie man sie für sich nutzen kann.“⁶¹

Entsprechend der neuen Lebensplanung und der vorrangigen Konzentration auf den Aufbau einer eigenen Existenz wird die Familiengründungsphase im Leben einer Frau zunehmend nach hinten verschoben. In den modernen Beziehungen komme es dazu zu einem Nebeneinander von Gleichheits- und Ungleichheitserfahrungen, die beiden Partnern Geduld abverlangen. Die Frau stellt sich mit dem Mann auf eine Stufe und erwartet das ebenso von ihm.⁶² Die Selbstverwirklichung fällt der Frau nicht besonders schwer, denn wenn der Mann sie dabei nicht begleiten möchte, geht sie den Weg notfalls auch allein. Sie ist egoistischer geworden und stellt nicht mehr sich selbst ans hinterste Ende der Schlange von Menschen, deren Wünsche sie zu erfüllen versucht.

Nachdem deutlich geworden ist, wie die Frau sich selbst sieht und gesehen werden möchte, und welche Ziele bereits den jungen Mädchen vor Augen liegen, stellt sich die Frage, wie die sie heutzutage vom Mann wahrgenommen wird und welchen Einfluss er auf ihr Leben einnimmt. Auch dazu kann ich nur eine These aufstellen und diese so gut wie möglich belegen. Betrachtet man die Gesellschaft als Ganzes, ist die Emanzipation bereits in die Köpfe der Bevölkerung durchgedrungen und die Frau kann sich im Großen und Ganzen frei fühlen von Unterdrückung, Fremdbestimmung und Diskriminierung, und sich frei entfalten. Gesetzestexte wurden angepasst, die in der heutigen Zeit die Gleichberechtigung von Mann und Frau vorschreiben und mittlerweile ist es auch nicht mehr verwunderlich, wenn Frauen Führungspositionen z.B. in der Politik besetzen. Aber wie hat sich die Situation innerfamiliär geändert? Becker schreibt dazu „Die Hausarbeitsbeteiligung von Männern bleibt bescheiden [...]“⁶³ und nennt den Irrglauben „Illusion der Emanzipation“⁶⁴, der den Eindruck vermittelt, Frauen und Männer würden gemeinsam den Abwasch machen, abwechselnd die Kinder morgens zur Schule bringen und in Teamarbeit die Wäsche waschen und bügeln. Demnach ist der Mann am traditionellen Frauenbild hängen geblieben. „Da es im Interesse der Männer liegt, die Ungleichheiten der Geschlechter nicht wahrzunehmen, sehen sie die Gleichstellung der Frau nicht als gemeinsames Problem von Mann und Frau, sondern als ein Problem der Frau, das jede Frau individuell für sich zu lösen hat.“⁶⁵ Es ist also an der Frau, sich auch noch darum zu kümmern, dass der Mann einsichtig wird und sich so

⁶¹ Supp et al. 2007

⁶² Vgl. Becker und Kortendiek 2010: 436

⁶³ Becker und Kortendiek 2010: 437

⁶⁴ Becker und Kortendiek 2010: 436f

⁶⁵ Schoenen 2008: 84

verhält, dass sie sich mit den unterschiedlichen Lebensansichten nicht in die Quere kommen. Eine intakte Beziehung zu führen, in der sich jeder der beiden Lebenspartner entfalten kann, scheint eine neue Herausforderung geworden zu sein. Der Mann sieht die Frau folglich nach wie vor als Zuständige für Haushalt und Kinder. Allein schuld ist er daran jedoch nicht, resigniert die Frau doch einfach oft an der Aufgabe, ihn dazu zu bringen, seine Wäsche selbst zu waschen oder dem Kind die Windeln zu wechseln. Denn auch wenn sie gelernt hat, sich durchzusetzen und vor allem zielstrebig gegen die Männer vorzugehen, bleibt sie doch in den meisten Fällen ein harmoniesuchender Familienmensch, der sich im Endeffekt lieber weiterhin ein bisschen aufopfert, als Streit zu verursachen und ewige Diskussionen zu führen, die zu keinem Ziel führen. Dann konzentriert sie sich lieber auf die wichtigen Dinge und gibt alles, um die Doppelbelastung der zweigleisigen Lebensplanung so gut wie möglich zu meistern.

Aber das wird sie schaffen, wie sie auch alles andere schafft, das sie sich vornimmt, denn „Noch nie gab es eine Generation Frauen, die so selbstbewusst war.“⁶⁶.

3.2 Der (Haus-) Mann?

Der Mann befindet sich nach einer weniger spektakulären Entwicklung während der letzten Jahrzehnte in erster Linie in einer Zwickmühle. Auf eine gewisse Art und Weise hat er seine männliche Identität und damit seinen Platz in der Gesellschaft verloren, als die Frauenwelt einem neuen Selbstbild entgegen stürmte und dabei nicht bemerkte, dass ihre Männer den Anschluss verpasst haben. Früher konnte sich die Frau ein Leben allein nicht vorstellen, aus sozialen und finanziellen Gründen, heute klappt es auch ganz gut ohne ihn. Das steckt er nicht so ohne weiteres weg und fühlt sich zunächst einmal verloren in seinem konservativen Denken, mit dem er so lange gelebt hat, mit dem die gesamte Bevölkerung so lange gelebt hat.

Da gibt es zunächst den Teil der männlichen Deutschen, der nicht weiß, wie er mit der neuen Frau umgehen soll, weil er die Veränderung selbst nicht verarbeiten kann. Wie erklärt man seinem Mann, dass er jetzt auf einmal, statt sich abends von der Frau umsorgen zu lassen, nach der Arbeit noch selbst den Putzlappen schwingen soll? „Weniger dagegen hat sich das Bild des Mannes für die Familienarbeit geöffnet,...“⁶⁷ Wie oben beschrieben, ist das eine nahezu unlösbare Aufgabe, weshalb die Generation der Männer, denen das alte Frauenbild noch eingebrannt zu sein scheint, nicht mehr wirklich zur modernen Frau passt. Auch wenn er dank der Geduld seiner Gattin oft noch in

⁶⁶ Burmester

⁶⁷ Lenz und Adler 2010-2011: 92f

seinen alten Ansichten toleriert und akzeptiert wird. Emanzipation sieht in diesem Fall aber anders aus. Bentheim beschreibt diesen in seinem Buch als den „traditionellen Mann“, der nach ihm einen der aktuellen Männertypen darstellt. „Er ist auf die klassischen Männerrollen fixiert und steht zeitgemäßen Veränderungen mehr als skeptisch gegenüber.“⁶⁸ Auch wenn das Bewusstsein langsam zu ihnen durchdringt, dass sie mit ihrer alten Rolle nicht mehr lange bei der emanzipierten Frau durchkommen, halten sie daran fest, denn solange es funktioniert, gibt man(n) nicht gern seine gewohnten Verhaltensmuster auf. Vor allem nicht, wenn sie bequemer sind als die Alternative. „Das verwöhnteste Kind im Hotel Mama ist der Mann. Ein Mann dient nicht, er wird bedient. Das ist Tradition.“⁶⁹ Ralf Bönt schreibt Ähnliches in seinem Manifest: „Der Mann fällt zunehmen aus der Zeit, die gekennzeichnet ist durch die Errungenschaften der Moderne.“⁷⁰

Auf der anderen Seite steht jedoch ein Mann, der wirklich versucht, mit der Zeit des Feminismus zu gehen. Und eine Sache kennzeichnet diesen Mann ganz besonders: Er denkt nach. Was den Männern in der Geschichte gefehlt hat, nämlich die Fähigkeit der Selbstreflexion, übt dieser Mann der Gegenwart in teilweise schon übertriebenem Maße aus. Meistens sind es die jüngeren Männer, die auch von ihren Müttern bereits eine aufgeklärtere Erziehung genossen haben, was die Rolle der Frau und vor allem ihre eigene Rolle betrifft. Aber auch wenn sie ein moderneres Weltbild vermittelt bekommen, bleibt die Frage nach der Identität. Nina Pauer schreibt in ihrem Artikel „Die Schmerzensmänner“, in dem sie die neue, sentimentale Männerart beschreibt, der junge Mann habe sich in der ewigen Bemühung um Reflexion, Sensibilität und Emotionalität „auf einer ewigen Metaebene verheddert“⁷¹. Schuld daran ist leider allein die Frau. Der Ruf nach einem rücksichtsvollen Ehemann, der sich ebenso um seine Familie kümmert, wie er es von der Frau verlangt, mit dem sie reden kann, der ihr jeden Wunsch von den Lippen abliest, wurde immer lauter. Jetzt gibt es da eine neue Generation Männer, die versucht, diese Wünsche zu erfüllen, aber daran scheitern. Denn Softies möchte dann am Ende doch niemand haben. „Anziehungskraft kommt erst durch Unterschied.“⁷² Der Mann verliert also mit seiner neuen Errungenschaft, seine Gefühle nach außen tragen zu können, gleichzeitig an Attraktivität, weil er der Frau damit immer ähnlicher wird, wenn er nicht daran denkt, gleichzeitig seine männlichen Eigenschaften zu behalten. Diese Tatsache macht es dem Mann noch schwieriger, einer Frau seine Gefühle zu offenbaren und Zuneigung zu zeigen. Damals war das

⁶⁸ Bentheim und Murphy-Witt 2007: 12

⁶⁹ Schoenen 2008: 76

⁷⁰ Bönt 2012

⁷¹ Pauer 2012

⁷² Pauer 2012

einfacher, denn Ehen waren oft einfach zweckmäßig und mussten nicht in jahrelanger, mühevoller und emotional aufreibender Arbeit Stück für Stück aufgebaut werden. Heute wird im Normalfall nicht mehr geheiratet, um die Zukunft abzusichern, sondern aus Liebe. „Die junge Frau fühlt sich ungewollt.“⁷³, weil sie nicht mehr erobert wird. Der Mann denkt, dass die Frau nicht mehr erobert werden möchte, weil sie selbst zur Kämpferin geworden ist, und weil heutzutage Gefühle die Hauptrolle spielen, außerdem Verständnis und Sensibilität. Der flirtende Kampfgeist des selbstbewussten Mannes scheint hierbei verloren gegangen zu sein. Aber nicht nur die Frau zwingt den Mann in die neue Rolle, der Wandel in der Gesellschaft und die neue Ansicht, dass es nicht mehr der einzige Sinn des Lebens ist, so schnell und so früh wie möglich eine Familie zu gründen, führte zu diesem „Strukturwandel der Männlichkeit“⁷⁴.

„Der Vorwurf an den 30-jährigen lautet, er sei zu weich, zu unentschlossen, zu fragend.“⁷⁵ Heißt es in einem Spiegel-Artikel. Laut Silke Burmester sind an diesem neuen Mann, der, wie bereits beschrieben, nicht zur neuen Frau passt, die Mütter schuld. Damit verfolgt sie einen neuen Ansatz, erzielt jedoch das gleiche Ergebnis wie ich im unmittelbar zuvor bearbeiteten Text. Die Frau macht den Mann zu dem, was er ist. Vor allem die Mütter der Männer mittleren Alters, die die Emanzipation noch selbst miterlebt haben, versuchen natürlich, diese den Kindern so nah wie möglich zu bringen. Dabei merken sie nicht, wann sie übertreiben und aus dem Sohn, der eigentlich zum Mann hätte werden können, ein Söhnchen machen, das später Schwierigkeiten haben wird, der Frauenwelt seine Männlichkeit glaubhaft zu übermitteln. Deshalb heißt es, den Denker-Mann ein wenig zu bremsen und ihn „eine Balance zwischen Reflexionsvermögen und Männlichkeit finden [zu] lassen [...]“⁷⁶. Der weinerliche Mann, wie Scheuermann die neue männliche Spezies nennt, wird von ihm sogar als Hassobjekt bezeichnet.⁷⁷ Wer wundert sich, dass diese ewige Debatte um den richtigen Mann die gesamte männliche Bevölkerung in Selbstzweifel stürzt und ihnen damit die Orientierung nimmt?

Das Problem scheint ein Teufelskreis zu sein. Der Mann hat seine Position neben der Frau verloren, deshalb macht er die Suche nach seiner neuen Rolle von ihr abhängig. Natürlich kann ein Mann auch allein überleben, aber es liegt in der Natur des Menschen, früher oder später eine Familie zu gründen. Und weil die heutige Frau sich nicht mehr damit abgibt, was ihr in die Hände fällt, sondern sich nimmt, was sie haben möchte, kann der Mann ohne angemessenes und umfassendes Anpassungsverhalten

⁷³ Pauer 2012

⁷⁴ Scheuermann

⁷⁵ Burmester

⁷⁶ Burmester

⁷⁷ Vgl. Scheuermann

nicht mehr so ohne weiteres eine Partnerin finden, die mit ihm ihr Leben verbringen möchte. Es geht nicht mehr nur darum, zu nehmen, sondern vor allem darum, zu geben. Deshalb geht es hier auch eher darum, wie sich die Frau den Mann wünscht und wie sehr sie ihm damit den Weg zum neuen Ich versperrt, als um die Entwicklung des Mannes für sich selbst, um gewünschte Veränderungen. Die Führung wurde getauscht, der Mann muss erst einmal folgen, bis er wieder verstanden hat, auf welchem Weg er mit der Frau zusammen arbeiten kann. Das langfristige Ziel sollte kein Wettkampf, sondern Teamarbeit sein.

Darum gibt es heute unter den jüngeren Generationen zwei Arten von Männern. Weil einerseits noch die Beschützeraufgabe in der Natur des männlichen Geschlechts liegt und von genug Frauen, emanzipiert oder konservativ, gewünscht wird, bleibt derjenige traditionelle Mann weiterhin bestehen, der die Familie ernährt und das Oberhaupt darstellt. Zwar lassen sich die Frauen nicht mehr unterdrücken, aber sie schätzen seine Stärke und sein Durchsetzungsvermögen, fühlen sich wohl und behütet in seiner Gegenwart. Weil sie sich einen Mann wünschen, dem sie sich „flammend an seine starke Brust [...] werfen [können]“⁷⁸ und kein schwach wirkendes Männlein, auch wenn es noch so verständnisvoll ist. Andererseits hat der Mann verstanden, dass er sich seinem Inneren und seinen Gefühlen widmen muss, dass die Frau in ihrer Emotionalität nicht länger von ihrem Partner allein gelassen sein möchte. Dass er damit aber leicht Gefahr läuft, zu übertreiben und sie mit seiner gefühlvollen Melancholie leicht verscheucht, weil sie selbst damit nichts anfangen kann, ist nicht sein Verschulden, sondern die Unwissenheit um die neue Rolle des eigenen Geschlechts.

Frauen haben es immer leichter, das Leben der Männer zu beeinflussen und spielen bei der notwendigen Identitätsfindung deshalb eine entscheidende Rolle, derer sie sich anscheinende nicht genügend bewusst sind. Die Mutter bringt dem Sohn bei, er solle nachsichtig und gefühlvoll mit den Frauen umgehen, die Frau zeigt dem Mann, dass er emotional sein soll und sie sie selbst bleiben möchte. Und am Ende bezeichnet sie ihn als „unbeholfenen Softie“⁷⁹ und schickt ihn doch wieder weg, weil er kein richtiger Mann ist. „Die jungen Frauen wissen auch nicht, was sie wollen.“⁸⁰ Genau deshalb, und weil es sich immer um die Frau dreht, wissen die Männer nicht, was sie sein sollen.

Das ist eine Meinung, die natürlich nicht als allgemein gültig deklariert werden kann. Eine andere vertritt Mely Kiyak, die in ihrem Artikel klarstellt, dass der Mann nicht bloß

⁷⁸ Pauer 2012

⁷⁹ Kiyak 2012

⁸⁰ Scheuermann

der Frau zuliebe versucht, ein anderer Mensch zu werden. „Wer glaubt, dass Männer sich geändert haben, weil man es von ihnen verlangte, unterschätzt die Psychologie von Menschen. Grundsätzlich ist zu bezweifeln, dass »die« Männer geworden sind, wie sie sind, weil sie sich den Wünschen und Forderungen der Frauen gebeugt hätten. Solche Trottel sind Männer nicht, dass sie ihre Entwicklung nach weiblichen Wunschlisten ausrichten, sich bedauerlicherweise jedoch als übereifrige Streber herausstellen, die zu blöd waren, den Bestellzettel richtig zu lesen.“⁸¹ Sie ist also davon überzeugt, dass der Mann sich aus eigenen Stücken, vielleicht auch bedingt durch den Einfluss, den der Wandel der Gesellschaft mit sich bringt, aber nicht aufgrund des Wunsches der Frau, dem er uneingeschränkt folgt. Wie sie selbst schreibt, soll dies als eine Entgegnung gesehen werden, die sich der verbreiteten Meinung, dass Frauen sich die verweichlichten Männer selbst „heranzüchten“ würden, entgegen stellt. Als einen wichtigen Punkt, der dafür spricht, nennt sie z.B. die Politik, die den Männern neue Anreize geliefert hat, sich in das Familienleben einzubringen und damit natürlich auch der Frau entgegen zu kommen, die sich mehr Unterstützung durch den Mann wünscht. Das Elterngeld für Väter spielte also eine entscheidende Rolle, als es darum ging, den Mann zu überreden, die Position der Frau bei der Kindererziehung einzunehmen.⁸² Laut Kiyak kann man dem Mann die Veränderung also nicht vorschreiben, man muss ihn dazu bringen, es von sich aus zu machen.

3.3 Zusammenfassung

Wir haben heute das Bild einer Superfrau, die theoretisch niemanden braucht, um im Leben und Alltag zurechtzukommen. Diesen Ruf hat sie definitiv verdient, hat sie sich ihn doch Jahrzehnte lang hart erkämpft, indem sie der Unterdrückung durch den Mann und die Gesellschaft ein Ende bereitet hat. Sie kann Kind und Karriere miteinander vereinbaren und muss nicht mehr auf eine eigene berufliche Existenz verzichten, um dem Mann den Weg dazu zu ebnen. Sie ist selbstbewusst, selbstständig und selbstbestimmt und verwirklicht die eigenen Wünsche, ohne dabei von anderen abhängig zu sein. Ihr Weg ist gezeichnet von Ehrgeiz und Zielstrebigkeit, dabei verliert sie jedoch nicht das nötige Einfühlungsvermögen und die Emotionalität, die sie anderen Menschen entgegen bringt und dabei den Mittelweg findet zwischen Durchsetzungsvermögen und Mitgefühl. Dies beschreibt natürlich nur das Idealbild. Denn genau diesen Stereotyp einer Frau hat man vor Augen, wenn man die Vergangenheit mit der Gegenwart vergleicht und somit die Erfolge der Emanzipation bzw. des Feminismus vor Augen hat. Bei vielen Frauen ist dieses Wunschbild der Frauenrolle nicht weit entfernt

⁸¹ Kiyak 2012

⁸² Vgl. Kiyak 2012

von der Realität, als unumstrittene Tatsache der heutigen Situation kann man es aber leider nicht hinstellen. Das liegt allerdings nicht allein daran, dass es vielleicht noch mehr Aufklärung bedarf und dass die ältere Generation sich in dieser Hinsicht nicht mehr ändern kann, sondern auch daran, dass sicher nicht jede einzelne Frau in Deutschland so sein möchte, wie es einem heute von der modernen Frau vorgelebt wird. Aber solange sie diese Entscheidung selbst trifft und sich dabei nicht einem fremden Willen unterordnet, hat die Emanzipation sehr viel erreicht.

Der Mann kommt bei dieser Betrachtung des heutigen Rollenbildes nicht so gut weg. „Er hat seine Rolle verloren.“⁸³ In meiner Beschreibung kamen in erster Linie zwei verschiedene Typen Mann vor. Sicher gibt es mehr Kategorien, in die sich die heutigen Männer einordnen lassen, aber ich beschränke mich – auch in Hinsicht auf die Relevanz für die Betrachtung der Entwicklung des typischen Mannes – auf diese zwei Arten. Der traditionelle Mann ist gesellschaftlich nicht mehr sehr angesehen, weil er sich dem aktuellen Stand nicht anpasst und in den letzten Jahrzehnten nicht angemessen entwickelt hat, um ins neue Weltbild der emanzipierten Frau zu passen. Die fehlende oder unzureichende Entwicklung des traditionellen Mannes hat zur Folge, dass er nicht kompatibel zu sein scheint mit der emanzipierten Lebensweise der neuen Frau und deshalb keinen Platz in ihrem Leben einnehmen kann. Ihn zu ändern wäre außerdem ein anstrengender und langwieriger Prozess, weshalb von der Frau nicht zu erwarten ist, die Geduld aufzubringen, ihn gesellschaftsfähig zu machen. Das moderne Bild dieses Mannes würden wir uns wohl so vorstellen, dass er nach der Arbeit nach Hause kommt, sich aufs Sofa wirft, nach Bier und Essen ruft und sich noch beschwert, wenn die Frau dafür zu lange braucht. Und wenn die Frau ihn darum bittet, sich um die Kinder zu kümmern, versteht er nicht, was er mit deren Versorgung zu tun haben soll. Hierbei handelt es sich natürlich um eine überspitzte Darstellung.

Der neue Mann hingegen hat längst begriffen, dass er sein schroffes, desinteressiertes Verhalten ablegen muss und der Frau sowohl physisch als auch emotional entgegen kommen muss, wenn er darauf aus ist, längerfristig eine Familie halten zu können. Da sie sich nicht mehr alles gefallen lässt und vor allem lassen muss, ist es auch an ihm, sie zu unterstützen. Dabei versucht er, in sich zu gehen, sein Verhalten zu reflektieren und seine Gefühle zu zeigen. Da er aber nie gelernt hat, mit seinen Gefühlen umzugehen und die inneren Gedanken und Wünsche zu artikulieren oder selbst zu verarbeiten, verfällt er dem Versuch, sensibel mit dem eigenen Handeln und Fühlen umzugehen und vergisst dabei das Leben selbst. Von dieser „Metaebene“⁸⁴ kommt er allein nicht mehr herunter und verschreckt dabei die Frau mit seiner neuen „männli-

⁸³ Pauer 2012

⁸⁴ Pauer 2012

chen Innerlichkeit, [dem] subtile[n] Nachhorchern in die tiefsten Windungen der Gefühlsregungen“⁸⁵. Der Mann muss einen Mittelweg finden, seine Gefühle nicht vor dem Rest der Welt zu verschließen und gleichzeitig Mann genug zu bleiben, um der Beschützer für die Frau zu sein, den sie nicht mehr braucht, aber haben möchte. Wie bei der Betrachtung der Frau sind dies auch nur zwei Extreme der möglichen Bilder eines Mannes, dem es eine neue Rolle zu geben, ihn selbst neu zu definieren gilt, um ihm aus der Identitätskrise zu helfen. Auch hier gibt es sicher genügend Männer, die sich nicht zu diesen beiden Typen zählen würden und das angesprochene Problem nicht kennen.

Insgesamt lässt sich die Entwicklung der Rollenbilder wohl so zusammenfassen: Früher bestimmten die Rollenbilder, wie der Mensch zu sein hat, heute bestimmt der Mensch, wie das Rollenbild aussieht. Dieser Wandel birgt größeres Konflikt- und Problempotential im gesellschaftlichen Zusammenleben zwischen Männer- und Frauenwelt und auch im privaten Bereich der Partnerschaft. Eine rasante und umfassende Entwicklung der Frauenrolle steht hierbei einem teils fehlenden Wandel der Männerrolle gegenüber. Die Unausgeglichenheit der Entwicklungsprozesse, die sich jedoch gleichzeitig bedingen, führt zu diesem gesteigerten Konfliktpotential in der Gesellschaft. Tatsache ist und bleibt allerdings, dass Männer und Frauen in welchen Rollen auch immer in einer intakten Gesellschaft und Partnerschaft aufeinander angewiesen sind und dass die stattgefunden Entwicklung eine höhere Kompromissbereitschaft erfordert.

⁸⁵ Pauer 2012

4 Einflussfaktoren

Die Entwicklung zum heutigen Rollenverständnis in Deutschland ist von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Nicht nur die Erziehung in der Kindheit, das Vorbild der Eltern bzw. der gesamten Umgebung und auch nicht das Geschlecht an sich üben allein einen Druck auf den Menschen aus, woraufhin er sich zu dem entwickelt und dem Stereotypen folgt, den er am Ende selbst darstellt. Einen großen Einfluss nimmt hierbei die Umwelt, vor allem die medialen Eindrücke, die alltäglich auf einen Menschen einwirken. Ich nehme Bezug zu den digitalen Medien, die entweder direkt oder indirekt daran mitwirken, wie wir heute uns selbst oder das andere Geschlecht wahrnehmen und wie die deutsche Gesellschaft als Ganzes dasteht. Außerdem sind die Medien an der Bildung der Geschlechterrollen maßgeblich beteiligt, indem durch sie den Menschen immer ein Idealbild ihrer selbst vor Augen geführt wird, dem man mehr oder weniger bewusst nachstrebt. Im Folgenden werden verschiedene Typen von Medien in ihrer Wirkung auf die Gesellschaft erläutert. Außerdem wird an Beispielen verdeutlicht, welche Rollenbilder heutzutage vermittelt werden. Aufgrund der unmessbaren Vielfalt der Massenmedien gibt es nur eine Auswahl, und auch dabei wird ob der Menge nicht jede einzelne Aussage, die täglich an den Rezipienten, nämlich die Bevölkerung, analysiert werden können. Aber um einen Eindruck zu erhalten, welche Auswirkung die Beeinflussung durch die Medien haben kann, und welchen vorgelebten Rollenbildern wir im Alltag unbewusst folgen, sollte dieser erste Überblick reichen.

4.1 Die Werbung

Im Ansatz wurde bereits unter Punkt 2 Bezug dazu genommen, wie die Werbung auf die Gesellschaft einwirkt. Dabei wurde jedoch lediglich erwähnt, wie sich aus der Plakatwerbung ein bestimmtes Rollenbild ablesen lässt und wie deutlich die Entwicklung eben dieses Bildes in der Werbung illustriert ist. Theoretisch ließe sich die Geschichte der Emanzipation an Beispielen der Werbung beschreiben, ohne Literatur dafür nutzen zu müssen. An der Tatsache, dass die Werbung, egal ob im TV, in Zeitschriften oder als Plakate auf großen Werbeflächen, einen nicht zu verachtenden Einfluss auf die Entwicklung der Gesellschaft nimmt, ist nicht zu bestreiten. Zum einen liegt das an vielen optischen Faktoren, da Werbung immer einen Blickfang darstellt und an Orten veröffentlicht wird, an denen eine große Menge an Menschen vorbeikommen muss, um zu garantieren, dass sie gesehen wird. Zum anderen liegt es schon im Interesse des Menschen selbst, sich über Produkte zu informieren und damit nimmt man jedes Mal auch die implizite Message der Werbung in sich auf, durch die man unbewusst hinsichtlich seiner Ansichten zu verschiedensten Themen beeinflusst wird.

„Werbung verdoppelt und dramatisiert kollektiv-habituelle Ideale, Normen und Werte.“⁸⁶ Aus dieser Aussage lässt sich ableiten, dass sich die Werbung keinesfalls ein bestimmtes Bild selbst ausdenkt und versucht, das der Gesellschaft als Meinung zu verkaufen, sondern Gedanken aus den Köpfen der Bevölkerung nimmt und diese so überspitzt darstellt, dass sie im Gedächtnis hängen bleiben, ohne dass man etwas dagegen tun kann. Wenn man heutzutage in einer Gesellschaft auffallen möchte, muss man schockieren und anders sein als erwartet wird. Die Werbung erfolgt nach demselben Prinzip. Folglich werden in der Werbung keine durchschnittlichen Menschen gezeigt, sondern immer welche mit überdurchschnittlichen Fähigkeiten oder auffälligen Merkmalen. Dabei werden die urtypischen Instinkte von Männern und Frauen ausgenutzt. Ist die Gesellschaft mittlerweile so weit, von alten Rollenbildern abzusehen und vorurteilsfrei einer neuen Generation von gleichberechtigten Geschlechtern entgegen zu gehen, so kommt es in der Werbung nach wie vor zur Stereotypisierung von Mann und Frau⁸⁷. Dabei wird nicht immer ein traditionelles Rollenbild vermittelt, aber es wird zumindest ein einseitiger Blick auf die abgebildete Person gezeigt, der nicht unbedingt für Gleichberechtigung wirbt.

Bei der Betrachtung wird die Werbung getrennt in solche, die lediglich für Männer bestimmt ist bzw. Männerprodukte bewirbt und Werbung, in der Produkte für Frauen gezeigt werden. Diese Einschränkung ist sinnvoll, da Werbung, die Produkte bewirbt, die gleichermaßen für beide Teile der Bevölkerung bestimmt sind, demnach auch bei beiden möglichen Rezipienten gleichermaßen Interesse wecken möchte und deshalb nicht geschlechterspezifisch konzipiert ist. Mir geht es jedoch um das Rollenbild des jeweils anderen Geschlechts, das nur einem der beiden vermittelt werden soll, um zu verdeutlichen, welcher äußeren Stereotypisierung durch Werbung wir heute noch unterliegen, auch wenn es einem im Alltag nicht immer bewusst auffällt.

4.1.1 Werbung für den Mann

Betrachtet man zum Beispiel Werbung, die an Männer gerichtet ist, fällt auf, dass in den meisten Fällen die Aufmerksamkeit durch hübsche Frauen auf das Produkt gelenkt wird. Dem Mann wird dadurch ein abwertendes Bild der Frau vermittelt, die auf ihr Äußeres beschränkt wird und damit in gewisser Weise eine Form der Unterdrückung ausdrückt. Zwar sieht die Frau gut aus und scheint selbstbewusst und sexy zu sein, aber in diesem Zusammenhang geht es allein um die Befriedigung des Mannes, der sich an dem Bild erfreut. In diesem Fall ist also die Rolle der Frau eine Abwandlung des alten

⁸⁶ Jäckel (Hrsg.) 2005: 118

⁸⁷ Vgl. Jäckel (Hrsg.) 2005: 118ff

Rollenbildes, nämlich dem Mann zu gefallen und für ihn hübsch auszusehen, der Begriff Accessoire kommt dem wieder ziemlich nahe. Es scheint wieder ein sehr fremdbestimmtes Bild zu sein, das die Werbung hier dem Betrachter nahe bringt, was nicht der Emanzipation entspricht. „Daß Werbung nicht nur auf das einzelne Individuum, sondern auch auf unsere gesamte Gesellschaft Einfluss nimmt [...]“⁸⁸, ist dabei der entscheidende Punkt zur Beurteilung der möglichen Auswirkung durch diese Manipulation.

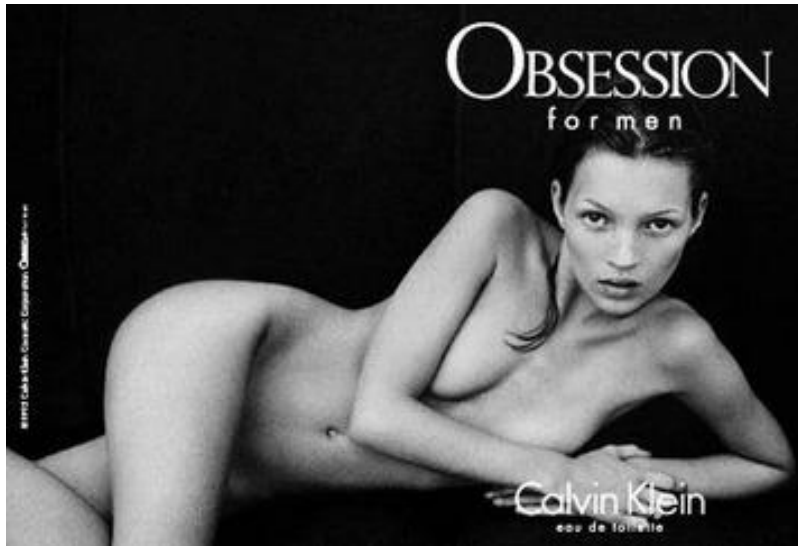


Abbildung 6: Werbung heute: CK for men (Quelle: www.douclass.blogspot.de/)

In Abbildung 6 sieht man ein Beispiel für eine Werbung, in der eine Frau dafür benutzt wird, die Aufmerksamkeit der Männer zu erlangen, ohne Rücksicht auf das Bild, das damit von der Frau vermittelt wird. Fast schon schamlos wird ihr Körper benutzt, um den männlichen Betrachter dieser Werbung dazu zu bringen, sich für das Produkt zu interessieren. Unter Feministinnen würde eine solche Abbildung der Frau antifeministisch genannt werden, da es hier darum geht, die Frau darauf zu reduzieren, dass sie durch ihre Nacktheit als Aufmerksamkeitsfänger dient³ und damit einen Erfolg zu erzielen.

⁸⁸ Hardt 1999



Abbildung 7: Axe for men (Quelle: www.allesevolution.wordpress.com)

Die gleiche Nachricht wie bereits beschrieben beinhaltet Abbildung 7, ebenfalls Werbung für ein Produkt, das für Männer bestimmt ist. Hierbei ist das Gesicht der Frau nicht einmal sichtbar, sie punktet stattdessen mit ihrem Körper – und zwar nur von der Gürtellinie abwärts. Das bedeutet natürlich nicht, dass sich die deutsche Frau heutzutage tatsächlich noch über jede sexistische Werbung beschweren möchte, denn sie hat gelernt, sich selbstbewusst zu präsentieren und schreckt auch vor der Nutzung gewisser weiblicher Reize nicht zurück. Aber es verdeutlicht, inwiefern die Werbung ein bestimmtes Frauenbild entwirft und der männlichen Bevölkerung unbewusst anerzieht. In diesem Fall, dass die Frau ein Sexobjekt ist und allein durch ihre äußeren Werte besticht, um dem Mann zu gefallen.

Verglichen mit früherer Werbung, die an den Mann gerichtet war (vgl. Abbildung 4), kann man dennoch sagen, dass die Werbung den Wandel der Gesellschaft durchaus wahrgenommen hat. Denn vor 60 Jahren wurden noch Produkte für Männer beworben, indem der Idealtyp des damaligen Mannes diese angepriesen hat, während heute das neue Selbstbewusstsein der Bevölkerung und der Wunsch nach Selbstverwirklichung und einer neuen sozialen Lockerheit dazu benutzt wird, Aufmerksamkeit zu erlangen.

Welches Frauenbild die Werbung dem Mann näher bringt, ist hinreichend geklärt, aber wie stellt sie ihn selbst dar? Als Beispiel dafür halte ich Baumarktwerbung für sehr geeignet. Aus diesem Grund wird dieser Aspekt mithilfe der in Abbildung 8 abgebildeten Werbung der Baumarktkette Hornbach analysiert.



Abbildung 8: Hornbach (Quelle: www.bt.static-redmouse.ch)

Auf dieser Abbildung ist ein Mann zu sehen, der allem Anschein nach ein Haus baut und dabei eine Flagge hochhält, als hätte er die Baustelle erobert. Hier wird eindeutig das Bild eines starken Mannes gezeigt. Auch der Slogan unterstützt diese Annahme, indem dem Mann gesagt wird, er solle das Bauprojekt zu „seinem“ machen, es sozusagen unterwerfen. Auch hier wird dem Betrachter der Stereotyp eines idealen Mannes gezeigt. Entgegen dem traditionellen Rollenbild, in dem der Mann adrett gekleidet ist und höflich, aber introvertiert und nicht von Gefühlen geleitet, stets die Form wahrt, zeigt sich hier ein starker Mann, der vor harter Arbeit und Dreck nicht zurückschreckt und am Ende natürlich triumphiert. Der Adressat dieser Werbung ist folglich der Mann, dem nahe gelegt wird, dass er als starkes Geschlecht angesehen ist und alles schaffen kann. Die Werbung vermittelt hier eine Abwandlung bzw. Mischung des unter Punkt 3.2 beschriebenen Männerbildes. Dieser Mann ist einerseits bodenständig und führt die Aufgabe aus, die ihm Jahrhunderte lang beigebracht wurde, nämlich der Familie ein Heim zu bieten. Oder in diesem speziellen Beispiel selbst zu bauen. Damit befindet er sich nach wie vor in einer Führungsposition der Frau gegenüber. Andererseits lässt er seinen Gefühlen in ungewöhnlichem Maße freien Lauf, indem er fast schon poetisch die Fahne schwingt und damit zeigt, wie sehr er es genießt, Herr der Lage zu sein.

Ein weiteres Werbebeispiel zeigt einen Mann, der so ist, wie er sich selbst besonders gern sieht und der wohl auch von vielen Frauen so beschrieben werden würde.



Abbildung 9: Bierwerbung (Quelle: www.ivisuell.de)

Ein Bild, wie es einen typischen Mann zeigt, nämlich mit Fleisch und Bier. Hierbei wird das Rollenbild impliziert, das dem der früheren Jahrzehnte am ehesten entspricht, denk man sich dazu, dass der Mann sich von der Frau das Bier bringen lässt, die wichtige und urinstinktive Rolle des Feuer Machens (hier durch den Grill symbolisiert) aber selbst übernimmt und damit die Verantwortung für die Ernährung trägt. Diese Werbungen für den Mann zeigen beispielhaft die Vorgehensweise und Funktion von Werbung für Männer: Das altbekannte und traditionelle Männerverständnis und die Männerrolle werden angesprochen und bieten dem Mann die Möglichkeit diesem durch den Erwerb bestimmter Produkte gerecht zu werden. Indirekt wird implizit ein eher negativ abwertendes Frauenbild oder/und es werden prototypische männliche Eigenschaften gezeigt und als Mittel dafür genutzt, die Aufmerksamkeit der Männer zu erreichen.

4.1.2 Werbung für die Frau

Sobald Produkte für die Frauen beworben werden, wird natürlich ein anderes Frauenbild vermittelt. Keine Werbung wird ein positives Feedback der Zielgruppe Frau erhalten, wenn sie versucht, durch ein sexistisches Frauenbild zu bestechen. Außerdem sind Frauen weniger anfällig für innere Triebe, was es schwieriger macht, mit der einfachen Taktik „Sex sells“ die Aufmerksamkeit für ein Produkt zu erzielen. Deshalb geht es bei Werbung für Frauen eher darum, ihnen ein positives Gefühl zu vermitteln und bei ihr den Eindruck zu wecken, dass die Frau, die das Produkt bewirbt, große Freude daran hat, es zu besitzen, und dass es der Betrachterin selbst eben solche Glücksgefühle bescheren könnte.

Als Beispiel dafür sieht man in Abbildung 10 die Werbung für einen Rasierer für die Frau. Als werbende Person ist eine hübsche junge Frau abgebildet (in diesem Fall ein bekanntes Model), die sichtlich Freude an dem Rasierer hat. Diese Frau besticht durch makellose Schönheit und strahlt aus, dass sie unter anderem wegen dieses Produkts glücklich und zufrieden ist.



Abbildung 10: Werbung heute: Venus (Quelle: www.blog.stylerranking.de)

Der Frau, die bei dieser Werbung angesprochen wird, wird das Bild einer emanzipierten Frau vermittelt, die auf ihr Äußeres achtet, dabei aber durch natürliche Schönheit besticht und sich nicht künstlich zurechtmachen muss. Nichts erinnert hier an das traditionelle Rollenbild der Frau, die bei Werbung der damaligen Zeit als Hausfrau dargestellt wurde und in erster Linie versuchte, Frauen für Haushaltsgeräte o.Ä. zu begeistern.

Eine ebenso typischerweise für Frauen bestimmte Werbung ist Waschmittelwerbung. Hier wird das Idealbild einer Frau in der heutigen Zeit am besten illustriert. In einer Fernsehwerbung wird eine durchschnittliche Frau gezeigt, die erklärt, wie schnell Fleckenmittel „Vanish“ die Flecken aus der Kleidung löst. Sie sagt wörtlich „...wenn Sie

mit Ihrer Zeit besseres vorhaben, als auf die Wäsche zu warten [...]“⁸⁹. Damit drückt sie deutlich aus, dass sie neben der Hausarbeit durchaus noch wichtigere Dinge zu tun hat und es sich zeitlich nicht leisten kann und möchte. Sie bedient also das neue Rollenbild einer Frau, die Beruf und Karriere mit der Familie vereinbart und sich dabei nicht von der Hausarbeit die Zeit stehlen lassen möchte, weil die Vereinbarung dieser beiden Lebensbereiche sie genug in Anspruch nimmt. Dabei wird gleichzeitig der Rezipientin die Aussage vermittelt, dass eben diese Form der Lebensgestaltung heutzutage durchaus möglich und davon abgesehen mittlerweile auch gängig ist. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass zumindest, wenn es um Produkte für Frauen geht, die Werbung die Emanzipation nicht ignoriert, sondern das Frauenbild zeigt, das die Frau sehen möchte und das in der heutigen Zeit in der Gesellschaft das vorherrschende Bild sein sollte.

4.2 Das Fernsehen

Heribert Schatz schreibt zur Rolle des Fernsehens in der Gesellschaft: „In diesem Sinne beeinflusst das Fernsehen also soziale Realität, bedingt und unterliegt sozialem Wandel, welcher sich dann auch im Programm des Fernsehens beobachten lassen müsste.“⁹⁰ Es ist nicht von der Hand zu weisen, dass das Fernsehen als meist benutztes (Massen-)Medium wohl den größten Einfluss auf die Gesellschaft hat. Ich werde im Folgenden keine Programmanalyse des deutschen Fernsehprogramms vornehmen, sondern versuchen, einen Eindruck zu vermitteln, inwiefern das Fernsehen auf die deutsche Gesellschaft einwirkt und welches Bild der Geschlechterrollen von Mann und Frau dabei vermittelt wird.

Charakteristisch für das 21. Jahrhundert ist laut Jäckel die „medial konstituierte Öffentlichkeit“⁹¹ Im fiktiven Bereich des deutschen Fernsehens kommt es ständig zur Stereotypisierung von Menschengruppen. Dabei geht es einerseits um sprachliche Gruppen bzw. die Trennung nach Herkunft, andererseits um die Vermittlung eines bestimmten Bildes von Mann und Frau, also die Trennung nach Geschlecht.⁹² Das Fernsehen vermittelt der Gesellschaft also immer ein bestimmtes Bild, das diese, genau wie bei der Betrachtung von Werbung, unterbewusst aufnimmt und in den eigenen Sozialisierungsprozess einbaut. Sozialisierung kommt das ganze Leben vor, demnach verliert das Medium TV während des gesamten Lebens eines Menschen nie komplett seinen

⁸⁹ Werbung: Vanish Oxy Action 2012

⁹⁰ Schatz 1996: 207

⁹¹ Jäckel (Hrsg.) 2005: 159

⁹² Vgl. Jäckel (Hrsg.) 2005: 119f

Einfluss.⁹³ Demnach trägt es auch dazu bei, in der Gesellschaft auch innerhalb einer Generation einen sozialen Wandel auszulösen bzw. unterstützt diesen durch die Verbreitung einer gesellschaftlichen Meinung. „Die Massenmedien [...] üben ihrerseits einen mächtigen Einfluß auf die Öffentlichkeit aus...“⁹⁴ Hierbei geht es um den sogenannten „two step flow of communication“, in dem das Medium Fernsehen als Meinungsführer agiert und eine bestimmte Meinung an eine Gruppe, in diesem Fall die gesamte deutsche Bevölkerung, weitergibt und damit Einfluss auf die Entwicklung und Sozialisierung des Einzelnen nimmt. Diese Beeinflussung ist nicht zu verhindern, da ein Medium zwar abgeschaltet werden kann, die Verbreitung durch einen Meinungsführer bzw. die Aufnahme dieser Meinung durch die Gruppe damit aber nicht gestoppt wird.⁹⁵ Das wird außerdem dadurch begünstigt, dass es in der heutigen Gesellschaft unmöglich ist, sich so umfassend über jedes Thema zu informieren, dass man einen objektiven Blick erhält und selbst entscheiden kann, welche Meinung man dazu vertritt. Deshalb wird in vielen Bereichen den Meinungsführern gefolgt, die einem bereits eine fertige Meinung vorsetzen, sodass man selbst nicht für jede einzelne Thematik darüber nachdenken muss. „Mit dem Aufkommen der Massenkommunikation wird es für den Einzelnen immer schwieriger, seine Aufmerksamkeit gleichermaßen auf seine Umwelt zu verteilen.“⁹⁶ (S.23) Bezieht man diese Aussage nicht auf die Kommunikation zwischen zwei Individuen, sondern auf die einseitige Kommunikation durch den Fernseher, so bestätigt sie die vorangegangene These.

Als allgemeines Beispiel lassen sich sehr plakativ die deutschen TV-Serien deuten. „Serien demonstrieren Alltagswelten, und zwar die der Zuschauer selbst.“⁹⁷ (S.209) Die Problematik der Rollenkonflikte wird häufig durch fiktionale Geschichten widerspiegelt.⁹⁸ (S.42) Wirft man einen genaueren Blick in diese Serien, die täglich im deutschen Fernsehen laufen, stellt man fest, dass es eine Ansammlung von Dramen ist, die jedes erdenkliche Problem eines deutschen Bürgers behandeln. Natürlich sind die Drehbücher dieser Serien fiktiv, jedoch handelt es sich um eine zugespitzte und übertriebene Abbildung der Bevölkerung, um Aufmerksamkeit zu erlangen und Interesse zu wecken und zu halten. Serien bieten demnach die „Möglichkeit [...], sich selbst und andere zu beobachten...“⁹⁹, indem sie ein Gesellschaftsbild wiedergibt, dass der Zuschauer im Endeffekt von sich selbst oder seiner Umwelt bereits kennt. Besonders im Bereich der privaten TV-Sender kommt es kaum vor, dass ein Darsteller in einer der Daily-Soaps

⁹³ Vgl. Mann 1997: 21

⁹⁴ Mann 1997:195

⁹⁵ Vgl. Mann 1997: 195

⁹⁶ Jäckel (Hrsg.) 2005

⁹⁷ Schatz 1996

⁹⁸ Jäckel (Hrsg.) 2005

⁹⁹ Schatz 1996: 207

aus einer Familie kommt, die traditionell aufgebaut ist, mit einem Vater, der das Geld nach Hause bringt, und einer Mutter, die sich um Haushalt und Kinder bemüht. Im Gegensatz zur Zeit vor der Jahrtausendwende, als das Fernsehprogramm zwei Hauptfaktoren beinhaltete, nämlich „the under-representation of women in action-drama programmes“ und die Tatsache, dass die Frau im Fernsehprogramm dazu neigt „...to be portrayed only in a very narrow range of roles.“¹⁰⁰. Hinzu kommt die Beobachtung „Few married women, and fewer mothers were portrayed as employed.“¹⁰¹ Barrie Gunter fasste diese Aussagen passend zusammen, indem er schreibt, dass die fiktive Welt im Fernsehen Wert darauf legt, die Frau in einer sehr mütterlichen Rolle zu zeigen und damit das traditionelle Rollenbild zu vermitteln.¹⁰² Heute findet man dieses Frauenbild im Fernsehprogramm kaum noch. Das Fernsehen ist mit der Zeit gegangen und bildet dementsprechend die Geschlechterrollen ab, die heutzutage vorherrschen. Aufgrund der erfolgten Emanzipation gilt es, die Frau als starkes, erfolgreiche Geschlecht zu zeigen, die ihren Mann nicht unbedingt braucht, und den Mann als verständnisvollen Ehemann, der sich ebenso wie die Frau um die Familie kümmert und der ihr alle Freiheiten lässt, die sie sich wünscht. Es ist also fast unmöglich, ein anderes Verständnis von den spezifischen Rollen von Mann und Frau vermittelt zu bekommen, wenn man sich nur auf das Fernsehen bezieht. Gunter schreibt dazu, dass ein Kind nur zwei Hauptvorbilder hat, um sich ein Bild von der eigenen Rolle im Leben zu machen: Die heimische und schulische Umwelt und die Massenmedien.¹⁰³ Diese unvermeidbare Beeinflussung und Lenkung in ein bestimmtes Rollenbild beginnt also bereits im Kindesalter und ist im weiteren Verlauf des Lebens eher zunehmend als abnehmend.

„Die Konstitution der Gesellschaft wird so gesehen immer mehr medial getragen.“¹⁰⁴ Der Sozialisierungsprozess, der früher in erster Linie durch die Familie und das soziale Umfeld getragen wurde, hat sich in die Fiktion des Mediums Fernsehen verschoben. Zu jedem Thema gibt es eine Fernsehsendung und das Programm ersetzt oft das reale Leben. Als „Spiegelungsflächen für Individuen“¹⁰⁵ bildet das Fernsehprogramm eine Abwandlung des wirklichen Lebens ab und bringt dadurch die Gesellschaft dazu, eigene Erfahrungen nicht mehr zwingend selbst erleben zu wollen, sondern sie durch Fremderfahrung im TV zu ersetzen und dennoch als eigene wahrzunehmen.¹⁰⁶ Dadurch nimm der Rezipient sich selbst die Freiheit, Meinungen allein auszubilden und übernimmt, was der Fernseher ihm vermittelt. Bezogen auf das heutige Rollenverständ-

¹⁰⁰ Gunter 1986: 2

¹⁰¹ Gunter 1986: 11

¹⁰² Vgl. Gunter 1986: 9

¹⁰³ Vgl. Gunter 1986: 1

¹⁰⁴ Jäckel (Hrsg.) 2005: 69

¹⁰⁵ Jäckel (Hrsg.) 2005: 33

¹⁰⁶ Vgl. Jäckel (Hrsg.) 2005: 98f

nis muss das keine negative Tatsache sein, denn die Verbreitung der modernen Rollenbilder erfolgt definitiv durch das Medium Fernsehen und lässt kaum eine andere Meinung zu, welches das alte, konservative Bild zusehends ausstirbt. Da dies unter anderem das Ziel der Emanzipation war, ist das eine durchaus positive Entwicklung. Einzig die Frage bleibt, was passieren würde, wenn der Meinungsführer TV ein neues Bild vermitteln wollen würde, das wieder in eine andere Richtung geht. Aber zur Klärung dieser Frage bedarf es einer tiefgründigen Untersuchung der Ziele medialer Beeinflussung. Fest steht: „Die Entwicklung des Mediensystems ist von Anfang an ein integraler Bestandteil der Konstitution moderner Gesellschaften [...]“¹⁰⁷ Fernsehen bildet auch immer eine Möglichkeit zur Identifikation durch die Erschaffung von Rollen, die die gleichen Probleme haben wie der Zuschauer selbst. Sobald sich dieser mit einer fiktiven Person identifiziert hat, nimmt er möglicherweise dessen Ansichten zumindest teilweise an und so kann neben der einfachen Darstellung von Meinungen auf einem weiteren Weg eine bestimmte Ansicht an den Rezipienten weitergegeben werden. Diese Identifikation passiert, weil die Rolle im Fernsehen oft dem eigenen Selbstbild entgegen kommt.¹⁰⁸ Jäckel spricht in diesem Zusammenhang bereits von einer „modernen Identifikationsproblematik“ und behauptet weiter, dass die „... Nutzung von Massenmedien selbst eine wichtige moderne Ressource für die kommunikative Selbst- und Fremdthematisierung darstellt.“¹⁰⁹ Der Mensch thematisiert also mit anderen über einen bestimmten Inhalt, der ihm vermittelt wurde, mit dem er sich identifizieren kann und gibt dadurch dieses Bild an andere weiter, sodass es verbreitet wird, ohne dass das Fernsehprogramm direkt an den Konsumenten gerichtet werden muss. So bestätigt sich, dass das Massenmedium Fernsehen eine große Möglichkeit an Beeinflussung beinhaltet und einen nicht zu verachtenden Beitrag zur Entwicklung und zum Wandel der deutschen Gesellschaft beigetragen hat. „Indem die Massemedien die Gesellschaft beobachten und diese Beobachtungen medial kommunizieren, leisten sie die Inklusion der Bürger in die Gesellschaft.“¹¹⁰

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass das Massenmedium Fernsehen einen sehr großen Anteil daran trägt, wie und wie schnell sich die Gesellschaft in eine bestimmte Richtung entwickelt, z.B. durch die Emanzipation der Frau. Durch das Fernsehen wird eine Meinung an das Publikum herangetragen, dass diese annimmt und ebenfalls verbreitet. Durch die Vermittlung eines bestimmten Rollenverständnisses durch die Entwicklung von Fernsehdarstellern, die spezifische Rollenbilder erfüllen und damit zur Identifikation dienen, wird so der deutschen Bevölkerung ein Bild von Mann

¹⁰⁷ Jäckel (Hrsg.) 2005: 159

¹⁰⁸ Vgl. Mann 1997: 191f

¹⁰⁹ Jäckel (Hrsg.) 2005: 33

¹¹⁰ Schatz 1996: 207

und Frau vermittelt, das sie annehmen und in ihren eigenen Sozialisierungsprozess einbinden. Der Wandel der Geschlechterrollen wurde so maßgeblich durch das Fernsehen unterstützt und beschleunigt.

4.3 Deutsche Musiktexte

Musik ist als gesellschaftsbeeinflussender Faktor öffentlich nicht so stark diskutiert wie z.B. das Fernsehen, jedoch rechne ich persönlich, besonders bezogen auf die jüngere Generation, der Musik einen sehr hohen Stellenwert in der Persönlichkeitsentwicklung an. Ich beziehe mich hierbei auf die Menschen im Alter von ca. 14 bis 34 Jahren, vorausgesetzt diese hören regelmäßig und vor allem bewusst Musik, die sie selbst aussuchen und favorisieren. Mit benannter Musik ist in erster Linie deutsche Musik gemeint, von deutschen Künstlern hervorgebracht und in deutscher Sprache gesungen. Zum einen beschränke ich mich auf deutsche Musik, weil die Botschaft dieser Lieder für jeden zugänglich ist und man dafür keine Fremdsprache beherrschen muss. Des Weiteren zähle ich mich selbst zu einer Generation, die eine Art Renaissance der deutschen Musik miterlebt hat. Nachdem in den Neunziger Jahren der Hype um Musik aus dem Ausland seinen Höhepunkt erlebt hat, brachte die Jahrhundertwende die Aufmerksamkeit zurück auf den deutschen Musikmarkt, der sich immer größerer Beliebtheit erfreute. Es folgt also eine Betrachtung verschiedenster deutscher Künstler, indem ich Songtexte interpretieren werde und daraus filtere, wie das heutige Rollenbild dadurch beschrieben und vor allem der jungen Generation, insbesondere den jungen Männern, näher gebracht wird. Musik ist immer ein Spiegel eines bestimmten Teils der Gesellschaft, somit wird sich eine These ableiten lassen, wie Männer und Frauen, die die im weiteren Verlauf beschriebene Musik bevorzugen, sich selbst und jeweils sich gegenseitig wahrnehmen.

Der deutsche Musikmarkt hat eine Flut von neuen deutschen Künstlern erlebt, die ehrliche und selbstreflexive Musik in die Welt tragen wollen, die mit der populären Popmusik wenig gemeinsam hat und sich deshalb bis vor einigen Jahren auch nur äußerst selten in den Musikcharts wiederfand. Der Wandel der Gesellschaft und besonders des männlichen Teils der Bevölkerung könnte einen Einfluss darauf gehabt haben, dass emotionale Musik mit tiefgründigen Texten heutzutage auch bei Männern und vor allem von Männern gesungen wesentlich besser ankommt. Besonders im Jahr 2012 ist eine Welle von jungen, deutschen Sängern auf dem Markt gelandet, die vom Schmerz der Welt singen und bereits in jungen Jahren die Probleme der Selbstfindung erkannt und in Worte gefasst haben. Thomas Winkler nennt diese Sänger die „jungen Schmer-

zensmänner“¹¹¹, in Anlehnung an den Artikel, in dem Nina Pauer sich über die verweichlichte neue Generation der Männer beschwert. Anhand einiger Textbeispiele lässt sich nun erkennen, welche Möglichkeiten der Identifikation diese Texte vor allem den Männern bieten und wie sie dadurch dazu beitragen, den Wandel der Männlichkeit in der Gesellschaft zu unterstützen.

In einem Song von Tim Bendzko heißt es, dass der Mann Schwierigkeiten hat, einer Frau zu sagen, was er für sie empfindet, weil diese Art der Kommunikation nicht zu seinem Sprachschatz gehört.¹¹² Das bestätigt das Bild des Mannes, das unter Punkt 3.2 beschrieben wurde. Der Mann ist nicht in der Lage, seine Gefühle der Frau gegenüber zu kommunizieren, weshalb es zu Missverständnissen kommt. Die Frau wünscht sich einen emotionaleren Mann, der aber auf verlorenem Posten kämpft, wenn er sich in inneren Gedankengängen verstrickt und es dabei nicht schafft, diese der Frau verständlich zu machen. Weiter singt Bendzko „...doch ich kann nicht auf dich zugehen, weil meine Angst den Weg versperrt.“¹¹³ Hiermit trifft er einen wesentlichen Punkt der Identitätskrise des neuen Mannes. Wie bereits erwähnt, geht es heute darum, ihm eine neue Rolle in der Gesellschaft und vor allem in dem Zusammenspiel von Mann und Frau zuzuschreiben. Die Problematik dieser Suche wurde geklärt, aber mit diesem Text wird deutlich, dass der Weg dahin noch nicht vorbei ist. Bendzko gehört selbst zur jüngeren Generation der Gesellschaft und spricht ein Publikum an, das selbst noch nicht viel älter als 30 Jahre ist. Die Musik spiegelt wider, was in der Öffentlichkeit beobachtet wird und gibt somit ein Bild der Gesamtheit wieder. Hierbei wird der allgemeinen Orientierungslosigkeit eine Form gegeben und dabei wird ein Bild eines Mannes vermittelt, der verzweifelt versucht, seine Gefühle in Worte zu fassen, obwohl es wichtiger wäre, die Frauen mit Taten zu überzeugen. Die Annäherungen an diese typisch weiblichen Charakterzüge sind, wie ich bereits beschrieben hab, nicht uneingeschränkt erwünscht und gehören nicht zum Idealbild des modernen Mannes. „A prominent stereotype of women in our culture is that they are more emotional than men.“¹¹⁴ Der Sänger zeigt sich also selbst als Beispiel für den emotionalen Mann, der in einer Spirale aus Gefühlen und Selbstreflexion verloren geht und deshalb nicht mehr weiß, wie er mit einer Frau umgehen muss.

Eine ähnliche Nachricht wird von Max Prosa vermittelt. In seinem Song „Im Stillen“ singt er „Hab gehofft, dass es auch ohne all die plumpen Worte geht. Mein ‚Ich liebe dich‘ war’ n Bilder, die man vielleicht nicht leicht versteht.“¹¹⁵ Der Mann von heute denkt

¹¹¹ Winkler 2012a

¹¹² Bendzko 2012

¹¹³ Bendzko 2012

¹¹⁴ Gunter 1986: 11

¹¹⁵ Prosa 2012

aufgrund der immer wiederkehrenden Wünsche der Frauen nach mehr Gefühl und Emotionalität, dass ein einfacher Satz wie „Ich liebe dich“, der schon immer üblich war, um seine Gefühle auszudrücken, nicht mehr ausreicht und versucht, in unverständlichen Bildern auszudrücken, was mit drei Worten getan wäre. Wie bereits bei der Betrachtung des heutigen Männerbildes erwähnt, muss der Mann einen Mittelweg finden, um seine Männlichkeit nicht zu verlieren und somit der Frau immer noch ein passender und ebenbürtiger Partner zu sein, aber gleichzeitig ihr entgegen zu kommen, indem er sein eigenes Verhalten reflektiert und in der Lage ist, liebevoll, empathisch und rücksichtsvoll zu agieren. Das Problem hierbei ist wie bei allen Medien, die einen Einfluss auf die Gesellschaft ausüben, dass von den jungen Songwritern eben nicht dieser Mittelweg aufgezeigt wird, sondern das Bild des Softies, der so nicht in die Rolle passt, die er laut der Frau einnehmen soll. „Hab gehofft, dass man den Dingen ihren Zauber lassen kann, dann war alles voller Zauber und wir kamen nicht voran.“¹¹⁶ Mit diesem Satz ist die Schwierigkeit deutlich gemacht, die in der Kommunikation zwischen Mann und Frau auftaucht, wenn der Mann sich in einer viel zu tiefgründigen Weltbetrachtung verliert und davon ausgeht, dass das der richtige Weg ist, die Suche nach der eigenen Identität erfolgreich beenden zu können. Dass das nicht geht, merkt er erst, wenn es schon zu spät ist, z.B. in einer Beziehung, die nicht funktioniert, weil die Erwartungshaltung beider Partner nicht erfüllt werden kann. Wieder steht man vor dem Problem, dass die Frau sich einen anderen Mann wünscht als dieser zu sein versucht.

Moritz Krämer brachte einen Song auf den Markt, der direkt den Titel „Das schwache Geschlecht“ trägt und vom heutigen Mann handelt. Er singt „Ich gehör zum schwachen Geschlecht.“¹¹⁷ und sagt damit explizit aus, dass er den Mann für schwach hält. Weiter geht es um einen Mann, den er als Mistkerl bezeichnet und sagt, dass er sich damit nicht identifizieren kann. „So will ich nicht sozialisiert worden sein.“¹¹⁸ Das spricht dafür, dass er eher den Weg des schwachen, unsicheren Mannes geht, als sich zu dem Teil des männlichen Geschlechts zählen zu wollen, der ohne Rücksicht auf Verluste zeigen muss, dass er der Stärkere ist. Im Gegensatz zum schwachen Mann gibt Krämer der Frau in diesem Lied die starke, unabhängige Rolle. „Brauchst keinen Namen und kein Geld und kein Gejammer. Du kennst Schmerzen, wie ich mir nur vorstell.“¹¹⁹ Hier wird deutlich, dass er die Tatsache sieht, dass die Frau selbstständig geworden ist und dass sie von anderen Menschen keine Unterstützung braucht, um ihr eigenes Leben zu leben. Außerdem räumt er ein, dass die Frau möglicherweise größere Strapazen - ob psychisch oder physisch ist hierbei nicht deutlich, also lässt es sich auf beides be-

¹¹⁶ Prosa 2012

¹¹⁷ Krämer 2010

¹¹⁸ Krämer 2010

¹¹⁹ Krämer 2010

ziehen - gewohnt ist, als der Mann sie je erfahren hat. Aus dem Text spricht eine gewisse Bewunderung und man bekommt als Zuhörer den Eindruck, dass er als Mann zu ihr hinaufblickt. Eine Tatsache, die die Unsicherheit des Mannes der Frau gegenüber nochmal verdeutlicht.

„Junge deutsche Musiker [...] blicken nach innen, weil sie Angst vor der Welt da draußen haben.“¹²⁰ und sprechen damit für eine gesamte Generation junger Männer, die nicht wissen, welche Rolle sie in der Gesellschaft einnehmen sollen. Die Musik ist ein Sprachrohr der Gesellschaft und daher weniger ein Medium, das gezielt Meinungen weitergibt und dadurch einen Einfluss auf die Entwicklung und Gestaltung der Gesellschaft nimmt. Eher geht es hier darum, dass das Bild des verweichlichten Mannes, das kritisiert wird, auch und vor allem an die junge Generation weiter gegeben wird. Tief-sinnige Metaphern beschreiben die Gefühl- und Detailverliebtheit der Sänger, die sich selbst in der Phase befinden zu merken, dass man mit diesem Denken nicht in das Rollenbild passt, das von ihnen als Mann im Endeffekt erwartet wird. Dieses Bild hat sich in den letzten Jahrzehnten geändert und wird deshalb von der Musik aufgearbeitet. Die Zuhörer können sich mit den Sängern identifizieren, weil sie eventuell die gleichen Probleme haben, oder lassen sich ohne eigene ähnliche Erfahrungen darauf ein, was dann zur Folge hat, dass sie sich dieses Männerbild aneignen könnten, weil es deren Idee vom neuen Mann entspricht. Der Mann ist sich seit der Emanzipation der Frauen seiner Defizite bewusst, die ihm lange die Fähigkeit der inneren Wahrnehmung und der Selbstreflexion genommen haben, weshalb er jetzt übertrieben dazu neigt, genau das zu tun und damit seiner Außenwirkung die nötige Reife und Männlichkeit nimmt, die seine Rolle in der Gesellschaft nach wie vor erfordert und die auch von einer Frau gefordert wird.

Diese Betrachtung der deutschen Musik erfolgte deshalb einseitig, also lediglich in Bezug auf die Rolle des Mannes in der Gesellschaft, weil der beschriebene Aufschwung der jungen Männer, die als Sänger Anfang des Jahres in Deutschland aufgetaucht sind, bis jetzt noch Seinesgleichen im weiblichen Gegenstück sucht. Die deutschen Sängerinnen singen von Liebe und Herzschmerz, jedoch nicht davon, wie sie versuchen, sich selbst zu finden und die eigene Identität in der Gesellschaft hinterfragen. Des Weiteren passt die Untersuchung der vorliegenden Liedtexte zu dem bereits behandelten Problem, dass die Emotionalisierung der Männer durch die Frauen mit sich brachte. Die Frau ist insofern involviert, als dass sie das zweite Puzzleteil in der Beziehung zwischen Mann und Frau darstellt, während das erste Teil, nämlich der Mann, noch nicht weiß, welche Form er annehmen muss, um das Bild zu beenden. Diese Krise wird durch deutsche Musik der jungen Generation näher gebracht, um einerseits

¹²⁰ Winkler 2012

das männliche Dilemma öffentlich auszusprechen und andererseits der gesamten Bevölkerung näher zu bringen, dass auch der Mann Probleme mit seiner zugeschusterten Rolle hat und sich nicht ohne Weiteres zurechtfindet, wie es bei der Frau den Anschein erweckt. „All diese jungen Neo-Liedermacher tragen eine Opferhaltung mit sich herum.“¹²¹ Weil sie Männer sind, und die Generation der Männer der Emanzipation zum Opfer fiel. Zu den Musikern früherer Zeiten schreibt Winkler: „[...] sie gaben damals einer Verunsicherung in Krisenzeiten eine Stimme und suchten ebenso oft Trost in radikaler Innerlichkeit und konsequenter Emotion.“¹²² und beschreibt damit ebenso den Platz, den die jungen Sänger von heute einnehmen.

¹²¹ Winkler 2012

¹²² Winkler 2012

5 Fazit

„A fundamental aspect of human social development involves learning to behave in ways deemed socially and culturally appropriate for one's own sex.“¹²³ Dies könnte der Leitfaden der gesamten Arbeit sein, trifft es doch die Kernaussage der Notwendigkeit einer Definition des Rollenverständnisses genau auf den Punkt.

Der historische Rückblick auf die Rollenbilder von Mann und Frau hat eine deutliche Entwicklung des Selbstverständnisses der eigenen Rolle hergestellt. Die Frau hat sich aus der Rolle der Hausfrau befreit, die nahezu abgeschottet vom öffentlichen Leben die Aufgaben zu erledigen hatte, die nach traditioneller Sicht von einer Frau auszuführen sind. Dazu zählten sämtliche Hausarbeiten und die Versorgung der Kinder. Im Laufe der Jahrzehnte ist die Frau dank der aufkommenden und sich durchsetzenden Emanzipation aus diesem fest verankertem Bild ausgebrochen und hat sich zur selbstbewussten, modernen Frau entwickelt, die ihr Leben auf einer eigenen Existenz aufbaut und nicht auf der Abhängigkeit vom Ehemann. Der Mann hingegen galt früher als Oberhaupt der Familie, der für die finanzielle Absicherung zuständig war und als Respektsperson lediglich die Erziehung der Kinder beaufsichtigte, davon abgesehen aber mit häuslichen Pflichten nichts zu tun hatte. Diese traditionelle Aufgabenverteilung ging jedoch recht schnell mit dem aufkommenden Feminismus verloren und so hatte der Mann sich anzupassen an die neuen Ziele und Wünsche, die die Frauen äußerten. Die Männerbewegung folgte erst später und brachte eine männliche Identitätskrise hervor, die bis heute nicht überwunden zu sein scheint. Gegenüber der Frau hat der introvertierte Mann Defizite, die ihm vor dem gesellschaftlichen Wandel nicht bewusst waren, die ihn aber in der heutigen Zeit umso mehr in der Selbstentwicklung und – Verwirklichung behindern. Deshalb steht die emanzipierte Frau heute vor einem Mann, der nicht weiß, wohin er gehört.

Nachdem ich mich nun längere Zeit umfassend mit dem Thema des Wandels von Rollenverständnissen in unserer Gesellschaft und dem Einfluss verschiedener Medien darauf beschäftigt habe, komme ich zu dem Schluss, dass in meiner Betrachtung ganz klar der Mann das Opfer unserer modernen Gesellschaft ist. Hierbei ist die Frau definitiv mitschuldig an diesem Ausgang der Männer- und Frauenbewegung, denn sie fordert vom Mann eine Emotionalität, mit der er aufgrund fehlender Erfahrung und möglicherweise auch fehlender Fähigkeiten nicht umzugehen weiß. Deshalb verliert er sich darin, über Handlungen und Verhaltensweisen nachzudenken und vergisst dabei das Handeln selbst. Die Frau wiederum ist mit diesem völlig neuen Mann, der mit seinem

¹²³ Gunter 1986: 1

Verhalten einiges an Männlichkeit einbüßt, doch überfordert, weil sie sich keine weibliche Mischform eines Mannes gewünscht hat, sondern den gleichen starken Mann, der sie beschützen kann, der aber gleichzeitig auch auf einer anderen Ebene für sie da ist. Die Alternative zum Softie ist nur der Mann, der im traditionellen Rollenbild hängen geblieben ist und sich nach wie vor von der Frau bedienen lässt, Alleinverdiener ist und die wichtigen Fragen betreffend Familie und Heim immer noch allein klärt. Die Frau unterliegt hier immer noch einer gewissen Unterdrückung durch den Mann, schafft es aber nicht, ihn in der Hinsicht zu ändern.

Da wir uns in einer Gesellschaft befinden, die geprägt ist von der ausgiebigen Nutzung digitaler Medien, ist die Untersuchung der Medien als Einflussfaktoren in Bezug auf die beschriebene Entwicklung ein notwendiger Teil der Betrachtung. Die Folge der allgemeinen Mediatisierung ist ein unvermeidbarer Einfluss der Massenmedien auf die Lebensgestaltung des Einzelnen, auf den Umgang der Menschen miteinander und somit auch auf die Form persönlicher Beziehungen und die Machtverhältnisse zwischen Männern und Frauen.¹²⁴ Das Fernsehen als wichtigstes und am meisten genutztes Massenmedium (auch wenn es nach und nach vom Internet verdrängt wird) ist hierbei der einflussreichste Faktor. Durch das Fernsehen findet eine Stereotypisierung von Geschlechterrollen statt, die auf verschiedene Arten einen Rezipienten erreicht und sich so in der Gesellschaft verbreitet. Zwar ist das Fernsehen auch eine Art Spiegel öffentlicher Meinungen, jedoch kann es auch umgekehrt zur Meinungsbildung genutzt werden und so den Zuschauer direkt oder indirekt manipulieren. Das Fernsehen spielte ebenso wie bei der Bildung eines aktuellen Rollenbildes bereits in der geschichtlichen Entwicklung deshalb eine wichtige Rolle. Die Werbung im deutschen Fernsehen (oder auch in Plakat- oder Anzeigenform) ist ein weiterer nicht zu vernachlässigender Faktor, der das Bild von Mann und Frau maßgeblich mitformte. Durch die Bedienung eines bestimmten Klischees wird durch Werbung der Gesellschaft ein Idealbild vermittelt, das diese dementsprechend als Vorbild. So kommt es dazu, dass sich die Entwicklung der deutschen Gesellschaft im Hinblick auf Rollenbilder an der Werbung illustrieren ließe. Der deutsche Musikmarkt trägt außerdem seinen Teil zur Sozialisierung von Mann und Frau und der Vermittlung bestimmter Rollenbilder bei. Unter Betrachtung der Liedtexte zweier Interpreten wurde deutlich, dass in dem Fall lediglich das Männerbild eine wesentliche Rolle spielt, vor allem das Bild des Mannes von sich selbst. Da es sich um junge Männer handelt, die zwar noch relativ jung sind, aber die Probleme der männlichen Identitätskrise durchaus mitfühlen können, richtet sich dieser Teil der Untersuchung speziell an die Rolle des Mannes.

¹²⁴ Jäckel (Hrsg.) 2005: 149

Komme ich nun auf meine anfängliche Behauptung zurück, dass es das traditionelle Rollenbild in unserer Gesellschaft nicht mehr gibt bzw. kaum noch vorhanden ist, kann ich dies nach eingehender Untersuchung bestätigen. Man kann tatsächlich sagen, dass die Frau sich neue Freiheiten erkämpfte und damit dem Mann einen Teil seines Freiraums genommen hat. „Die Trennung von Männern und Frauen in verschiedene Lebenswelten ermöglicht es ihnen, komplementäre Rollen zu spielen. Sie sind jeweils füreinander ein Geheimnis.“¹²⁵ In dieser Arbeit hat sich herausgestellt, was jeder Mensch, egal ob Mann oder Frau, eigentlich schon weiß. Nämlich dass beide Geschlechter niemals hundertprozentig auf der Gefühlsebene zusammen passen werden und es im Endeffekt immer darauf hinausläuft, dass Erwartungen zu hoch sind und deshalb nicht erfüllt werden können. Deshalb steht der Mann, der versucht, sich mit einer für ihn untypischen Verhaltensweise auseinanderzusetzen und sich dabei in Selbstreflexionen verstrickt, wie eine weibliche Form seines Selbst da. Ich möchte dem Mann nicht unterstellen, komplett unfähig zu sein, mit seinen Gefühlen umzugehen, dennoch scheitert er an dem Versuch, es der Frau recht machen zu wollen. Aber wenn wir mal ehrlich sind, ist es doch logisch, dass das mit dieser Intention als einzigem Antrieb nicht funktionieren kann, sind die Frauen zwar im Beruf mittlerweile zielstrebig und erfolgreich, so wissen sie auf einer persönlichen Ebene selbst nicht, was sie wollen. Und außerdem will der Mensch ja auch immer das haben, was er grad nicht haben kann, oder? Außerdem sang schon Herbert Grönemeyer vor vielen Jahren, was heute immer noch die wichtigste und am schlechtesten beantwortete Frage der Gesellschaft ist: „Wann ist der Mann ein Mann?“.

Ich möchte mit dieser Arbeit eine mögliche Perspektive auf das heutige Bild von Mann und Frau anbieten und gleichzeitig einen Aufruf zum Verständnis starten. Beide Geschlechter haben ihre Schwierigkeiten, bei dem Versuch, sich dem anderen auf einer psychischen Ebene anzunähern, genau den Mittelweg zu treffen, der neue Eigenschaften mit traditionellen Werten vereint und dabei das Idealbild schafft, das jeder gern für sich in Anspruch nehmen würde. Außerdem möchte ich dem Leser bewusst machen, dass die Medien, die oft als Unterhaltungsfaktoren angesehen werden, einen Teil unseres Lebens ausmachen und sowohl aktiv als auch passiv daran mitwirken. Man sollte die Wirkung von Medien nicht unterschätzen und sich vor Augen führen, inwieweit sich tatsächlich von der Entwicklung eines bestimmten Männer- und Frauenbildes in der Darstellung durch Medien verschiedener Arten auch der Wandel in der Gesellschaft ablesen lässt. Diese Tatsache spricht den Massenmedien eine stetig wachsende Rolle zu in der Formung von Charakter und Sozialisierung des Einzelnen. Die Beeinflussung, die bereits im Kindesalter beginnt, schlägt auch und vor allem in den Lebensansichten eines Menschen wieder. Als Meinungsführer schaffen es die Medien,

¹²⁵ Meyrowitz 1987: 151

einer Gruppe oder einem Individuum ein bestimmtes Bild zu vermitteln, mit dem diese oder dieser sich identifizieren kann und das deshalb ebenso weiter gegeben wird und sich so verbreitet.

Diese Arbeit ist als Ansatz einer Untersuchung der Bildung von Rollenverständnissen in der heutigen Zeit zu sehen und gibt Informationen dazu, durch welche Faktoren dies beeinflusst wird. Wie bereits im Vorfeld beschrieben, kann ich nicht behaupten, dass sie komplett objektive Betrachtungsweisen zeigt, weshalb in einigen Punkten nicht zu leugnen ist, dass sie von einer Frau geschrieben wurde. Allerdings kann ich dementsprechend nur vermuten, wie Männer sich in bestimmten Lebenslagen fühlen und hoffe, dennoch einen möglichst guten Einblick gegeben zu haben.

Literaturverzeichnis

Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland (2010). Rheinbreitbach: NDV Neue Dt. Verl.-Anst.

Werbung: Vanish Oxy Action (2012). TV. Online verfügbar unter <http://www.horizont.net/kreation/tv/pages/protected/show-436242.html>, zuletzt geprüft am 19.07.2012.

Aleksander, Karin (2010): Der Genderfaktor: Macht oder neuer Dialog. Mit Genderblick auf Bibliotheken oder Bibliotheken im Genderblick. Berlin: Simon, Verl. für Bibliothekswissen.

Bayerischer Rundfunk: Geschichte der BRD. 4. Frauenbilder ändern sich. Online verfügbar unter <http://www.br-online.de/bildung/databrd/brd4.htm/inha2.htm>.

Beauvoir, Simone de (1990): Das andere Geschlecht. Sitte und Sexus der Frau. 409. - 426. Tsd. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt (Rororo, 6621).

Becker, Ruth; Kortendiek, Beate (2010): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. 3. Aufl. s.l.: VS Verlag für Sozialwissenschaften (GWV). Online verfügbar unter http://ebooks.ciendo.com/book/index.cfm/bok_id/135676.

Bendzko, Tim (2012): Wenn Worte meine Sprache wären: Wenn Worte meine Sprache wären: SONY MUSIC ENTERTAINMENT GERMANY GMBH. Online verfügbar unter <http://www.youtube.com/watch?v=RsZvjqG2lec>, zuletzt geprüft am 20.07.2012.

Bentheim, Alexander; Murphy-Witt, Monika (2007): Was Jungen brauchen. Das Kleinkinder-Coaching. 1. Aufl. München: Gräfe und Unzer.

Blazek, Helmut (1999): Männerbünde. Eine Geschichte von Faszination und Macht. 1. Aufl. Berlin: Links.

Bohn, Jörg: Wirtschaftswundermuseum. Online verfügbar unter <http://www.wirtschaftswundermuseum.de/frauenbild-50er-1.html>, zuletzt geprüft am 11.06.2012.

Bönt, Ralf (2012): Das entehrte Geschlecht. Ein notwendiges Manifest für den Mann. 1. Aufl. München: Pantheon.

Burmester, Silke: Adieu, haariges Biest! Spiegel online (S.P.O.N. - Helden der Gegenwart). Online verfügbar unter <http://www.spiegel.de/kultur/tv/s-p-o-n-helden-der-gegenwart-adieu-haariges-biest-a-810406.html>, zuletzt geprüft am 17.07.2012.

Destatis (Statistisches Bundesamt): Jeder Vierte in Deutschland hat Abitur. Destatis. Online verfügbar unter https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/zdw/2012/PD12_007_p002pdf.pdf?__blob=publicationFile, zuletzt geprüft am 16.07.2012.

Döge, Peter; Volz, Rainer (2002): Wollen Frauen den neuen Mann? Traditionelle Geschlechterbilder als Blockaden von Geschlechterpolitik. Sankt Augustin: Konrad-Adenauer-Stiftung.

Eidukeviciene, Ruta (2003): Jenseits des Geschlechterkampfes. Traditionelle Aspekte des Frauenbildes in der Prosa von Marie-Luise Kaschnitz, Gabriele Wohmann und Brigitte Kronauer. Zugl.: Saarbrücken, Univ. des Saarlandes, Diss., 2003. St. Ingbert: Röhrig (Saarbrücker Beiträge zur Literaturwissenschaft, 80).

Gunter, Barrie (1986): Television and sex role stereotyping. London: J. Libbey; IBA.

- Hardt, Anna A. (1999): Die generelle Einstellung deutscher Rezipienten gegenüber Werbung. Eine qualitative und quantitative Modellvalidierung. München: Utz, Wiss.
- Jäckel (Hrsg.), Michael (2005): Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kirchberger, Doris: Frauenbewegungen der 60er Jahre. Online verfügbar unter <http://www.aurora-magazin.at/wissenschaft/kirchberger.htm#1.2> Frauenbewegungen der 60er Jahre:, zuletzt geprüft am 11.06.2012.
- Kiyak, Mely (2012): Denn sie wissen nicht, was sie wollen. Die jungen Männer sind zu unbeholfenen Softies geworden. Wie unsexy!, rufen die jungen Frauen. Eine Entgegnung. Die Zeit online (Frauen und Männer). Online verfügbar unter <http://www.zeit.de/2012/05/P-Maenner>, zuletzt geprüft am 17.07.2012.
- Krämer, Moritz (2010): Vom schwachen Geschlecht: Bonussongs: Tapete Records. Online verfügbar unter http://www.youtube.com/watch?v=i_XdYILocck&feature=related, zuletzt geprüft am 22.07.2012.
- Kucklick, Christoph (2012): Der Mann, das Tier. Spiegel online (Geschlechterdebatte). Online verfügbar unter <http://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/geschlechterdebatte-wie-maenner-seit-200-jahren-verteufelt-werden-a-828723.html>, zuletzt geprüft am 17.07.2012.
- Lenz, Karl; Adler, Marina (2010-2011): Einführung in die sozialwissenschaftliche Geschlechterforschung. Weinheim: Juventa.
- ler/dpa: Fast jede fünfte Mutter ist Alleinerziehende. Spiegel online. Online verfügbar unter <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/fast-jede-fuenfte-mutter-ist-laut-statistik-alleinerziehende-a-832717.html>, zuletzt geprüft am 15.07.2012.
- Ludes, Peter (1989): Von der Wissenssoziologie zur Medienwissenschaft. Siegen: MuK Univ (MuK, 57/58).
- Mann, Leon (1997): Sozialpsychologie. 11. Aufl. Weinheim: Beltz.
- Meyrowitz, Joshua (1987): Die Fernseh-Gesellschaft. Wirklichkeit u. Identität im Medienzeitalter. Weinheim: Beltz (Psychologie heute Bewußtsein).
- Mühlen-Achs, Gitta; Schorb, Bernd (1995): Geschlecht und Medien. München: KoPäd-Verlag.
- Pauer, Nina (2012): Die Schmerzensmänner. Die Zeit online. Online verfügbar unter <http://www.zeit.de/2012/02/Maenner>, zuletzt geprüft am 16.07.2012.
- Prosa, Max (2012): Im Stillen: Die Phantasie wird siegen: Columbia. Online verfügbar unter <http://www.youtube.com/watch?v=Aue4eGFNVSA>, zuletzt geprüft am 20.07.2012.
- Riedel, Katja: Nach dem Krieg: Der Kampf gegen Rollenbilder, zuletzt geprüft am 10.06.2012.
- Schatz, Heribert (1996): Fernsehen als Objekt und Moment des sozialen Wandels. Faktoren und Folgen der aktuellen Veränderungen des Fernsehens. Opladen: Westdt. Verl.
- Scheuermann, Christoph: Lieber nicht. Junge Frauen klagen über die Verweichlichung einer Generation junger Männer. Selber schuld. In: *Der Spiegel* (03/2012), S. 126–127. Online verfügbar unter <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-83588404.html>, zuletzt geprüft am 17.07.2012.
- Schoenen, Judith (2008): Das Image der Frau. Wege zu einem neuen Selbstbild. Opladen ;, Farmington Hills: B. Budrich.

Supp, Barbara; Bonstein, Julia; Dürr, Anke; Krahe, Dialika; Theile, Merlind; Voigt, Claudia; Werner, Kathrin (2007): Die Alpha-Mädchen. Wie eine neue Generation von Frauen die Männer überholt. In: *Der Spiegel*, 11.06.2007 (24/2007), S. 54–56. Online verfügbar unter <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-51878419.html>, zuletzt geprüft am 16.07.2012.

Weiderer, Monika (1993): Das Frauen- und Männerbild im deutschen Fernsehen. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Programme von ARD, ZDF und RTL plus. Regensburg: Roderer.

Werner Faulstich (2005): Filmgeschichte. Paderborn: Fink (UTB, 2638).

Winkler, Thomas (2012a): Sieben Lockenköpfe im Test. Zeit Online (Junge deutsche Songwriter). Online verfügbar unter <http://www.zeit.de/kultur/musik/2012-01/songwriter-battle>, zuletzt geprüft am 20.07.2012.

Winkler, Thomas (2012): The Sound of Orientierungslosigkeit. Zeit Online (Junge deutsche Songwriter). Online verfügbar unter <http://www.zeit.de/kultur/musik/2012-01/schmerzmaenner-prosa-bendzko-poisel>, zuletzt geprüft am 20.07.2012.

Zulehner, Paul Michael; Hollstein, Walter; Kaup, Johannes; Overmann, Michael; Reichart, Christian (1998): Müssen Männer Helden sein? Neue Wege der Selbstentwicklung. Innsbruck [Austria]: Tyrolia-Verlag.

Anlagen

Songtext-Auszüge

Tim Bendzko – Wenn Worte meine Sprache wären

Wenn Worte meine Sprache wären,
ich hätt' dir schon gesagt
in all den schönen Worten,
wie viel mir an dir lag.
Ich kann dich nur ansehen,
weil ich dich wie eine Königin verehr,
doch ich kann nicht auf dich zugehen,
weil meine Angst den Weg versperrt.
Mir fehlen die Worte ich
hab die Worte nicht,
dir zu sagen was ich fühl'.
Ich bin ohne Worte ich
finde die Worte nicht,
ich hab keine Worte für dich.

Max Prosa – Im Stillen

Hab gehofft, dass es auch ohne all die plumpen Worte geht.
Mein "Ich liebe dich" war' n Bilder, die man vielleicht nicht leicht versteht.
Und ich hab' s so oft gesagt, tief versteckt in Poesie.
Ich hab' s so oft gesagt, tief versteckt in Idiotie.
Jetzt sitz' ich hier und trinke Wein,
um weit weg von dieser Welt, in der du mich nicht siehst, zu sein.
Und ich schließ' mich weiter ein,
hier im Stillen bin ich dein.
Hab gehofft, dass man den Dingen ihren Zauber lassen kann,
dann war alles voller Zauber und wir kamen nicht voran.

Moritz Krämer – Vom schwachen Geschlecht

Und ich kann kein Blut sehen,
ich gehör zum schwachen Geschlecht.
Ich kann Krankheit nicht umgehen.
Und heute Morgen hat ein Mistkerl meine Scheibe eingeworfen,
Sich dabei den Arm ausgekugelt mit dem schweren Stein.
So will ich nicht,
so will ich nicht sozialisiert worden sein.
Und ich steh am offenen Fenster und schrei:
"Mit dir Mistkerl hab ich nichts gemein!"
[...]
Du frierst nicht.
Brauchst keinen Namen
und kein Geld
und kein Gejammer.
Du kennst Schmerzen,
wie ich mir nur vorstell'.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname